

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 25.08.2023 14:41:53
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

**Методические указания по выполнению практических
работ по дисциплине «Реклама в туризме»**

для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль): «Туристическая деятельность»

(для очной формы обучения)

Пятигорск, 2022

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. Предисловие
2. План практических занятий
3. Список рекомендуемой литературы

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

1. Предисловие

Дисциплина «Реклама в туризме» осваивается студентами в 7 семестре.

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Практическое занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам практических занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических заданий, направленных на формирование навыков работы в коллективе. К каждому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Если слушатель не подготовился к занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре ТиГД.

При подготовке к занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане практических занятий специальную литературу;
- рекомендованную в плане практических занятий дополнительную литературу;
- Интернет-источники.

2. ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие 1.

Тема 1. Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме.

Цель: ознакомить с понятием и сущностью рекламы; изучить функции и особенности рекламы в туристическом бизнесе; рассмотреть классификацию рекламы по различным основаниям.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность и функции рекламы.
2. Требования, предъявляемые к рекламе.
3. Участники рекламного процесса.

Задание 1. Изучить и законспектировать тему «История становления и развития рекламы».

Методические рекомендации к теме 1: студент должен иметь представление о понятии и сущности рекламы, требованиях, предъявляемых к рекламе, уметь выделять целевую аудиторию. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Назовите основных функции и особенности рекламы в туризме.
2. В чем суть законов Политца?
3. Что такое целевая аудитория и как ее определить?
4. От чего зависят и как определяются цели рекламы?

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 2.

Тема 2. Классификация рекламы в туризме

Цель: ознакомить с понятием и сущностью рекламы; изучить функции и особенности рекламы в туристическом бизнесе; рассмотреть классификацию рекламы по различным основаниям.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Основные законы рекламы.
2. Понятие целевой аудитории в индустрии туризма
3. Цели и задачи рекламы в СКСТ.
4. Классификация рекламы в СКС и туризме.

Задание 1. Изучить и законспектировать тему «История становления и развития рекламы».

Методические рекомендации к теме 2: студент должен иметь представление о понятии и сущности рекламы, требованиях, предъявляемых к рекламе, уметь выделять целевую аудиторию. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

5. Назовите основных функции и особенности рекламы в туризме.
6. В чем суть законов Политца?
7. Что такое целевая аудитория и как ее определить?
8. От чего зависят и как определяются цели рекламы?

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Методические указания к выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 3.

Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Цель: изучить государственное регулирование рекламной деятельности.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг.

Задание 1. Изучить и законспектировать тему «Государственное регулирование рекламной деятельности».

Методические рекомендации к теме 3: студент должен иметь представление о государственном регулировании рекламной деятельности. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Дайте характеристику норм правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 4.

Тема 4. Закон «О рекламе».

Цель: изучить государственное регулирование рекламной деятельности.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Современное регулирование рекламного дела в гостиничной индустрии на современном этапе.

Задание 1. Изучить и законспектировать тему «Государственное регулирование рекламной деятельности».

Методические рекомендации к теме 4: студент должен иметь представление о государственном регулировании рекламной деятельности. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Дайте характеристику норм правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;

4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Практическое занятие 5.

Тема 5. Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга.

Цель: ознакомиться с особенностями рекламы в СМИ.

Организационная форма занятия: семинар-дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Виды рекламы в прессе.
2. Учет основных параметров при выборе печатного издания.
3. Особенности месторасположения рекламы в прессе.
4. Выбор размеров обращения и повторяемость. Рекламный текст.

Задание 1. Напишите основные преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах.

Задание 2. Подготовьте образцы рекламы в прессе, проанализируйте их, исходя из текста лекции.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Какие средства распространения рекламы чаще всего используются в туризме?

Методические рекомендации к теме 5: студент должен иметь представление о видах рекламы в прессе. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;

3. <http://www.consultant.ru> - правовая система КонсультантПлюс;

4. <http://www.scfu.ru> - Электронная библиотека СКФУ;

5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Практическое занятие 6.

Тема 6. Реклама в СМИ.

Цель: ознакомиться с особенностями рекламы в СМИ.

Организационная форма занятия: семинар-дискуссия

Вопросы для обсуждения:

Преимущество и недостатки радиорекламы

Виды радиорекламы.

Особенности телевизионной рекламы.

Разновидности телевизионной рекламы.

Задание 1. Напишите основные преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах.

Задание 2. Подготовьте образцы рекламы в прессе, проанализируйте их, исходя из текста лекции.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

2. Как осуществляется выбор средств распространения рекламно-информационных материалов?

Методические рекомендации к теме 6: студент должен иметь представление о видах рекламы в прессе. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru/> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbooks.ru/> - ЭБС «IPRbooks»;

3. <http://www.consultant.ru/> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;

4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Практическое занятие 7.

Тема 7. Печатная и сувенирная реклама.

Цель: ознакомить с особенностями печатной рекламы.

Организационная форма занятия: семинар-презентация

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности печатной рекламы.

2. Виды печатной рекламы.

Задание 1. Написать реферат на предложенные темы.

1. Инновационные технологии в рекламе.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Какие виды печатной рекламы чаще используют гостиничные и туристические предприятия и почему?

Методические рекомендации к теме 7: студент должен иметь представление о печатной рекламе. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;

3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;

4. <http://www.skb.ru> - Электронная библиотека СКФУ;

5. <http://antiplagiat.ru> - ЗАО « Анти Плагиат».

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Практическое занятие 8.

Тема 8. Наружная реклама.

Цель: ознакомить с особенностями печатной рекламы.

Организационная форма занятия: семинар-презентация

Вопросы для обсуждения:

1. Сувенирная реклама: преимущества и недостатки

Задание 1. Написать реферат на предложенные темы.

1. Инновационные технологии в рекламе.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. От чего зависит эффективность печатной рекламы?

Методические рекомендации к теме 8: студент должен иметь представление о печатной рекламе. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;

3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;

4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;

5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 9.

Тема 9. Компьютерная реклама.

Цель: ознакомить с особенностями наружной рекламы.

Организационная форма занятия: семинар-презентация

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности наружной рекламы.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

2.Разновидности наружной рекламы.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Каковы преимущества наружной рекламы?
2. Какие виды наружной рекламы есть у каждого предприятия?

Методические рекомендации к теме 9: студент должен иметь представление о наружной рекламе, знать особенности каждого вида. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 10.

Тема 10. Реклама в социальных сетях.

Цель: ознакомить с особенностями наружной рекламы.

Организационная форма занятия: семинар-презентация

Вопросы для обсуждения:

- 1.Правила размещения наружной рекламы

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Каковы особенности размещения наружной рекламы?

Методические рекомендации к теме 10: студент должен иметь представление о наружной рекламе, знать особенности каждого вида. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 11.

Тема 11. Реклама на выставках.

Цель: ознакомить с особенностями и видами компьютерной рекламы.

Организационная форма занятия: семинар-презентация

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности компьютерной рекламы.

Задание 1. Написать реферат на предложенные темы.

1. Инновационные технологии в компьютерной рекламе.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Каковы достоинства и недостатки Internet-рекламы?

2. Какие существуют способы размещения рекламы в Internet?

Методические рекомендации к теме 11: студент должен иметь представление о компьютерной рекламе, знать особенности каждого вида. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 12.

Тема 12. Основы разработки рекламных объявлений в текстов

Цель: ознакомить с особенностями и видами компьютерной рекламы.

Организационная форма занятия: семинар-презентация

Вопросы для обсуждения:

1. Виды компьютерной рекламы.

Задание 1. Написать реферат на предложенные темы.

1. Инновационные технологии в компьютерной рекламе.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Каковы достоинства и недостатки Internet-рекламы?

2. Какие существуют способы размещения рекламы в Internet?

Методические рекомендации к теме 12: студент должен иметь представление о компьютерной рекламе, знать особенности каждого вида. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 13.

Тема 13. Рекламная кампания.

Цель: познакомить с особенностями проведения выставок.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие выставки, классификация выставок.
2. Этапы подготовки в выставке.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Каковы основные этапы подготовки к выставке?
2. Какие существуют типы посетителей выставки?

Методические рекомендации к теме 13: студент должен иметь представление об особенностях планирования выставочной деятельности, выявления ее эффективности. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Васильева— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 102 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>.— ЭБС «IPRbooks».

Дополнительная литература:

1. Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.
Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и
практическое пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и

К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 121 с. — 978-5-394-01667-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57111.html>.

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 14.

Тема 14. Этапы планирования и организации рекламной кампании

Цель: познакомить с особенностями проведения выставок.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Подготовка стендистов.
2. Разработка рекламных пакетов.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Как выбрать рекламные материалы для выставки.

Методические рекомендации к теме 14: студент должен иметь представление об особенностях планирования выставочной деятельности, выявления ее эффективности. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Васильева— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 102 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>.— ЭБС «IPRbooks».

Дополнительная литература:

1. Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.
2. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс] : практическое пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 121 с. — 978-5-394-01667-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57111.html>.

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 15

Тема 15. Программа продвижения туристических услуг

Цель: познакомить с особенностями планирования рекламной кампании.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Основные цели рекламной кампании для гостиничных предприятий.
2. Виды рекламных кампаний.
3. Этапы планирования рекламной кампании. Особенности рекламной кампании.

Задание 1. Изучить и законспектировать тему «Медиапланирование». Составьте медиаплан для гостиницы на месяц.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Каковы основные этапы планирования рекламной кампании на предприятиях гостеприимства?
2. Какие существуют типы графиков размещения рекламы?
3. Как выбрать подходящий график размещения рекламы? Приведите примеры.

Методические рекомендации к теме 15: студент должен иметь представление об особенностях планирования рекламной кампании. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Васильева— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 102 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>.— ЭБС «IPRbooks».

Дополнительная литература:

1. Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.
2. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс] : практическое пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 121 с. — 978-5-394-01667-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57111.html>.

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 16.

Тема 16. Разработка рекламного брифа

Цель: познакомить с особенностями планирования рекламной кампании.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Разработка рекламного бюджета. Методы формирования рекламного бюджета.
2. Медиапланирование.
3. Оценка эффективности рекламной деятельности. Виды эффективности рекламы.

Задание 1. Изучить и законспектировать тему «Медиапланирование». Составьте медиаплан для гостиницы на месяц.

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Как выбрать подходящий график размещения рекламы? Приведите примеры.

Методические рекомендации к теме 16: студент должен иметь представление об особенностях планирования рекламной кампании. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Васильева— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 102 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>.— ЭБС «IPRbooks».

Дополнительная литература:

1. Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

2. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс] : практическое пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 121 с. — 978-5-394-01667-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57111.html>.

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов

направлен на подготовку специалистов по специальности 43.03.02 Туризм.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Интернет-ресурсы:

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

Практическое занятие 17. Разработка рекламного бюджета

Тема 17. Программа продвижения туристского предприятия.

Цель: познакомить с эффективностью рекламной деятельности в туристическом бизнесе.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Продвижение туристского предприятия.
2. Учет особенностей целевой аудитории при разработке программы продвижения.

Задание 1. Изучить и законспектировать тему «Эффективность рекламной деятельности в туристическом бизнесе».

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Какие существуют основные критерии эффективности рекламных мероприятий?

Методические рекомендации к теме 17: студент должен иметь представление об эффективности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Васильева— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 102 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>.— ЭБС «IPRbooks».

Дополнительная литература:

1. Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

2. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс] : практическое пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 121 с. — 978-5-394-01667-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57111.html>.

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Практическое занятие 18. Виды и функции рекламного агентства

Тема 18. Программа продвижения туристского предприятия.

Цель: познакомить с эффективностью рекламной деятельности в туристическом бизнесе.

Организационная форма занятия: традиционный семинар

Вопросы для обсуждения:

1. Конкурентные преимущества туристского продукта.
2. Основные критерии эффективности рекламных мероприятий.

Задание 1. Изучить и законспектировать тему «Эффективность рекламной деятельности в туристическом бизнесе».

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Какие существуют основные методы определения эффективности рекламных кампаний?

Методические рекомендации к теме 18: студент должен иметь представление об эффективности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе. Для подготовки к этим вопросам студент должен обратиться к рекомендуемой ниже литературе.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Васильева— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 102 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>.— ЭБС «IPRbooks».

Дополнительная литература:

1. Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

2. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс] : практическое пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 121 с. — 978-5-394-01667-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57111.html>.

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://www.skb.ru> - Электронная библиотека СКФУ;
5. <http://antiplagiat.ru> - ЗАО « Анти Плагиат».

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

3. Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

**Методические указания для обучающихся
по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине «Реклама в туризме»
для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) «Туристическая деятельность»
*(для очной формы обучения)***

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	Пятигорск, 2022
---	------------------------

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Общая характеристика самостоятельной работы обучающегося при изучении дисциплины «Реклама в туризме».....	4
2. Методические рекомендации по изучению теоретического материала.....	4
3. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины).....	6
4. Список рекомендуемой литературы.....	11

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Введение

Дисциплина «Реклама в туризме» осваивается студентами в течение 108 часа. Часть этого времени (54 часа) отводится на аудиторные формы работы (лекционные и практические занятия), которые организуются непосредственно преподавателем. Часть установленных стандартом часов (27 часов) отводятся для самостоятельной, или внеаудиторной.

Под самостоятельной работой студентов понимается планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется во внеаудиторное время по инициативе студента или по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельной работы является изучение тем, не рассмотренных в течение аудиторных занятий. Задачи самостоятельной работы:

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в теоретической, практической и научной деятельности проблем и вопросов;
- сформировать и закрепить умение правильно, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь в рамках научного дискурса.

Выполнение заданий по самостоятельной работе позволяет студенту закрепить знания и приобрести практические навыки в области спортивно-оздоровительного туризма.

Для достижения высоких результатов усвоения учебного материала по курсу «Реклама в туризме» студенту бакалавриата необходимо осознанно подходить к выполнению заданий для самостоятельной работы, внимательно ознакомиться с рекомендованной основной и дополнительной литературой.

Студенту бакалавриата необходимо помнить, что целью самостоятельных занятий по дисциплине «Реклама в туризме» является обобщение и систематизация теоретических знаний, полученных на лекциях и практических занятиях.

В ходе подготовки к занятиям студенту бакалавриата следует учиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

1. Общая характеристика самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Реклама в туризме»

К самостоятельной работе студентов относятся следующие виды работ:

- выполнение индивидуальных домашних заданий;
- написание конспектов, подготовка рефератов;
- самостоятельное изучение теоретического материала,
- выполнение письменных заданий (упражнений) к семинарским занятиям,
- подготовка докладов, докладов-презентаций и сообщений для выступления на семинарах.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговым результатам по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) баллы, накопленные по самостоятельной работе в качестве бонусной составляющей. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

Независимо от вида самостоятельной работы, критериями положительной самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ;
- б) умение выделить главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- в) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
- г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- д) заинтересованность в предмете;
- е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами культуры речи;
- ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.

2. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

При работе с литературными источниками важно уметь правильно читать, понимать и запоминать прочитанное. Для понимания сложного текста важно не только быть внимательным при чтении, иметь знания и уметь их применять, но и владеть определенными мыслительными приемами. Один из них состоит в крайне важности воспринимать не отдельные слова, а предложения и даже целые группы предложений, т. е. абзацы.

При работе с литературой используются выписки (обязательное условие выписок – точное указание источника и места, откуда это выписано). Целесообразно выписки делать на карточках, что облегчает их хранение и использование. При заполнении карточек следует учитывать, что два самостоятельных вопроса заносить на одну карточку нельзя, т.к. это затруднит их классификацию и хранение. Карточка должна содержать обозначение ее содержания, номер или шифр, указывающий ее место в карточке, дату заполнения, библиографические данные. Записи на карточке следует располагать на одной стороне, они должны быть четкими и достаточно полными. При выписывании цитат крайне важно сохранять абсолютную точность при передаче мыслей автора, ставить их в

кавычки, ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ (отмечаются многоточием), но они не должны изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

четкого выявлении структуры текста, записи системы, в которой излагает материал данный автор, подготовки к выступлению, а также для написания какой-либо работы, записи своих мыслей с новой систематизацией материала. В плане могут встречаться отдельные цифры и другие фактические сведения, которые хотя и не являются собственно планом, но помогают в будущем его использовании (к примеру, при выступлении).

При изучении теоретического материала требуется составление конспекта.

Конспект – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

Конспект – это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, – это не конспект. В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

1. Проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;
2. Выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;
3. Записать всю важную для последующего восстановления информацию своими словами или цитируя, используя сокращения.

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,
- тематический.

Текстуальный состоит из отдельных авторских цитат. Необходимо только умение выделять фразы, несущие основную смысловую нагрузку. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

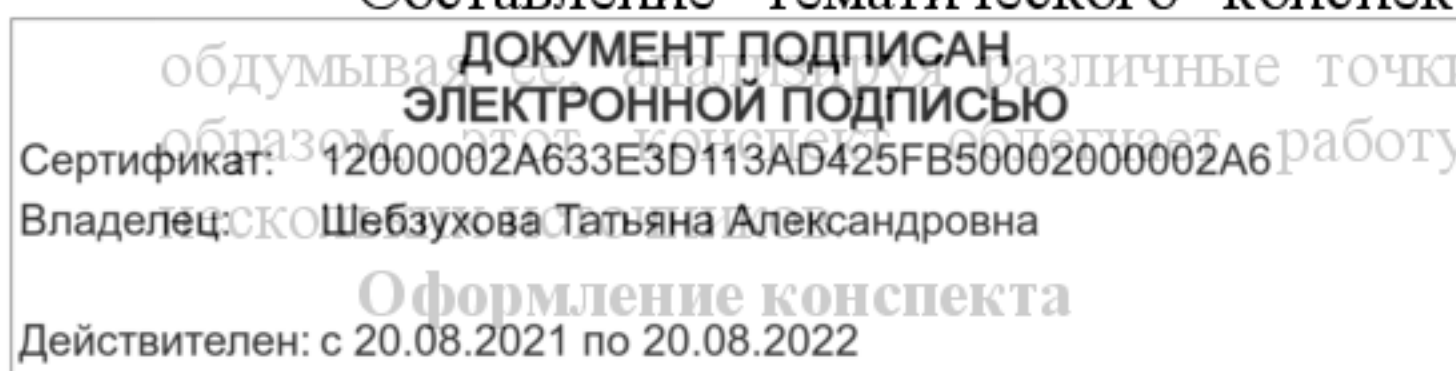
Плановый – это конспект отдельных фрагментов материала, соответствующих названиям пунктов предварительно разработанного плана. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления.

Свободный конспект – индивидуальное изложение текста, т.е. отражает авторские мысли через ваше собственное видение. Требуется детальная проработка текста.

Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

Тематический конспект – изложение информации по одной теме из нескольких источников.

Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывать различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот вид конспекта способствует работе над темой при условии использования



1. Название конспектируемого произведения (или его части) и его выходных данных, т.е. библиографическое описание документа.
 2. План текста.
 3. Изложение наиболее существенных положений изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко своими словами или в виде цитат, включая конкретные факты и примеры.
 4. Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.
 5. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.
 6. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).
 7. Собственные комментарии полагайте на полях.
- Итоговым продуктом самостоятельного изучения литературы по конкретным темам является конспект, средством оценки данного вида деятельности – собеседование, тестирование.

3. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Самостоятельное изучение теоретического курса

Самостоятельное изучение теоретического материала предусмотрено на всём протяжении курса. Такая работа сопровождает лекционные, семинарские занятия, промежуточный и итоговый контроль, и в то же время является отдельным видом самостоятельной работы студента.

Источниками для самостоятельного изучения теоретического курса выступают:

- учебники по предмету;
- курсы лекций по предмету;
- учебные пособия по отдельным темам (например, по правилам оказания первой медицинской помощи);
- научные статьи в периодической печати и рекомендованных сборниках;
- научные монографии.

Умение студентов быстро и правильно подобрать литературу, необходимую для выполнения учебных заданий и научной работы, является залогом успешного обучения. Самостоятельный подбор литературы осуществляется при подготовке к практическим занятиям, подготовке к экзамену.

Существует несколько способов составления списка необходимой литературы.

Во-первых, в учебной программе дисциплины, в методических указаниях к семинарским занятиям приводится список основной и дополнительной литературы, которую рекомендуется изучить по соответствующей теме или разделу учебной дисциплины. При подготовке научных работ целесообразно изучать общий список литературы и делать выборку подходящей к теме литературы.

Во-вторых, в большинстве учебников, монографий и статей делаются ссылки, сноски на другие литературные источники, приводится список литературы по раскрываемой в книге проблеме. Целесообразно изучать научную ту литературу, на которую ссылаются исследователи в своих научных публикациях, поскольку изучение именно такой литературы формирует представление о состоянии и развитии того или

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Воспользоваться такими указателями или прибегнуть к помощи специалистов-
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

библиографов.

Самостоятельное выполнение заданий

Задания для самостоятельной работы преимущественно содержатся в учебно-методическом комплексе дисциплины (методических указаниях к практическим занятиям и методических рекомендациях по организации самостоятельной работы студентов). Кроме того, задания и упражнения могут предлагаться преподавателем кафедры, ведущим практические занятия. На лекциях преподаватели также дают задания для самостоятельной работы.

В рамках самостоятельной работы студенты сами могут предлагать собственные темы и формы выполнения заданий, согласуя их с преподавателем.

Сдача задания производится преподавателю, ведущему семинарские занятия, в установленные им сроки.

Виды самостоятельной работы: самостоятельное изучение литературы, подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к конспектированию литературы следует начинать с повторения материала лекции по соответствующей теме, а потом переходить к изучению материала учебника, руководствуясь вопросами к собеседованию.

Конспектирование материала способствует закреплению и углублению понимания изученного материала, а также приобретению навыков самостоятельного изучения литературы.

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект.

Средства и технологии оценки: собеседование.

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;

3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

**Методические указания для обучающихся
по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине «Реклама в туризме»**

для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль): «Туристическая деятельность»

(для очной формы обучения)

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Методические рекомендации по изучению литературы

Методические рекомендации к самостоятельной работе

Список рекомендуемой литературы

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Введение

Дисциплина «Реклама в туризме» осваивается студентами в 7 семестре.

Под самостоятельной работой студентов понимается планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется во внеаудиторное время по инициативе студента или по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельной работы является изучение тем, не рассмотренных в течение аудиторных занятий

Задачи самостоятельной работы:

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебно-научной деятельности проблем и вопросов;
- сформировать и закрепить умение правильно планировать и организовывать рекламную деятельность;
- повысить уровень подготовленности студентов к самостоятельной работе в соответствии с выбранной специальностью.

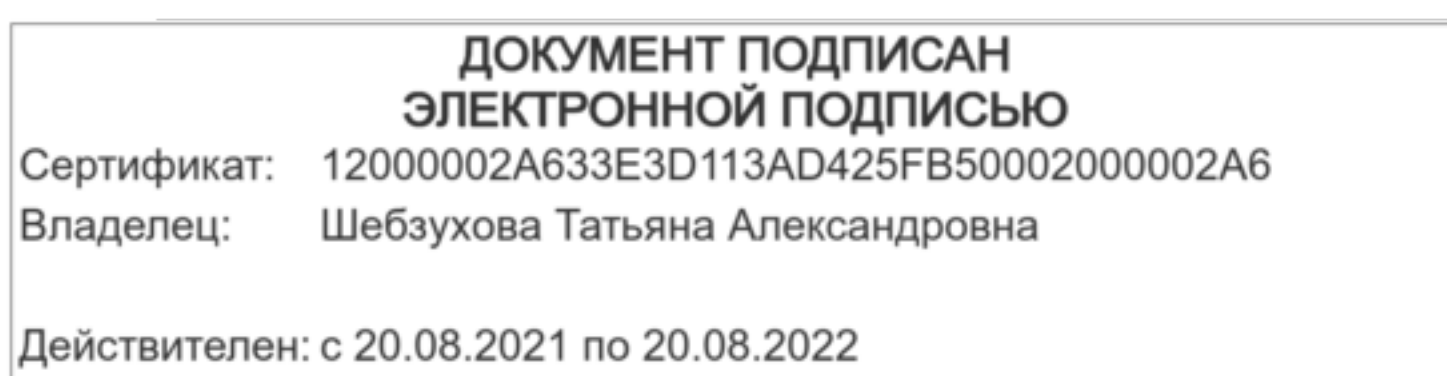
Выполнение заданий по самостоятельной работе позволяет студенту закрепить знания и приобрести практические навыки в сфере рекламы. В процессе её студенты должны приобрести умения получать и систематизировать знания по дисциплине, оперировать базовыми понятиями в сфере рекламной деятельности, уметь организовывать рекламную деятельность на предприятии.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету «Реклама в туризме» оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговой оценке по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) оценку самостоятельной работы в качестве поощрительной составляющей для промежуточной и итоговой аттестации студентов. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

Независимо от вида самостоятельной работы, критериями оценки самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ;
- б) умение выделить главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- в) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
- г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- д) заинтересованность в предмете;
- е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами;
- ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.

Формами контроля могут быть проверка доклада, сообщения, реферата.



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

**Методические указания
по выполнению курсовой работы
по дисциплине «Реклама в туризме»**

для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль): «Туристическая деятельность»

(для очной формы обучения)

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск, 2022 г.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время туризм является одной из наиболее динамично развивающихся форм международной торговли услугами. Развитие сферы туризма предъявляет особые требования к подготовке квалифицированных бакалавров с высшим образованием. Процесс подготовки бакалавров включает аудиторные занятия и самостоятельную работу. Курсовая работа выступает одной из важных форм самостоятельной работы бакалавров, поскольку именно при ее выполнении они овладевают навыками научного исследования, углубленно изучают актуальные задачи обслуживания населения.

Курсовая работа – обязательный вид учебной работы, выполняется бакалавром в течение семестра. Курсовые работы выполняются по предметам, которые являются основными по направлению подготовки. Научно-исследовательская курсовая работа – самый сложный вид курсовой. В процессе выполнения работы студент выполняет два типа операций: применение полученных знаний по дисциплине, поиск и исследование темы. Работа рассчитана на инициативу студента.

Целью данных методических рекомендаций является выработка единого подхода к подготовке и выполнению курсовой работы, доведение до студентов обязательных требований к ее содержанию и оформлению. Общие требования к выполнению и защите курсовых работ составлены в соответствии с «Положением об организации и выполнении курсовых работ (проектов) в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет».

Курсовая работа – это более глубокое и объемное исследование избранной проблемы учебного курса, чем реферат, доклад и контрольная работа. При выполнении курсовых работ могут использоваться современные компьютерные технологии, компьютерная графика, Интернет, а также математическая обработка материалов.

Требования методических указаний являются обязательными для всех бакалавров, обучающихся по направлениям подготовки, реализуемым на кафедре туризма и гостиничного дела, всех форм обучения.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

1. Цель и задачи курсовой работы

Новая модель образования, реализуемая в федеральном университете, освоение федеральных государственных образовательных стандартов предъявляют высокие требования к качеству подготовки специалистов. Выпускники университета по глубине усвоенных фундаментальных знаний и научному кругозору должны быть способны самостоятельно и высокопрофессионально решать производственные и научные задачи. Развитие навыков самостоятельной учебной, исследовательской и научной работы бакалавров происходит в процессе выполнения курсовых работ. Курсовая работа является самостоятельной исследовательской работой бакалавра и представляет собой логически завершенное и оформленное научное исследование. Его цель – формирование у бакалавра навыков научно-исследовательской работы, повышение уровня его профессиональной (теоретической и практической) подготовки, углубление знаний по учебной дисциплине, развитие интереса и навыков самостоятельной работы с научной и справочной литературой. Важнейшей целью выполнения курсовой работы по дисциплинам профессионального цикла является овладение навыками научно-исследовательской работы по актуальным проблемам функционирования и развития туристского и гостиничного бизнеса.

Выполнение курсовой работы имеет целью расширение знаний студентов, обучение методам теоретического анализа явлений и закономерностей науки, отработку навыков самостоятельного применения теоретических знаний к комплексному решению профессиональных задач, использования справочной литературы, компьютерных технологий. Системой курсовых работ бакалавр подготавливается к выполнению выпускной квалификационной работы. При выборе той или иной темы по дисциплине желательно, чтобы бакалавр определил будущее направление своей научной деятельности с точки зрения предстоящего выполнения на выпускном курсе дипломной работы. Выполненная курсовая работа

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
МОЖЕТ БЫТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

работы либо стать составной ее частью.

При выполнении курсовой работы перед бакалаврами ставятся следующие цели:

- систематизация и углубление теоретических и практических знаний по направлениям подготовки, реализуемым на кафедре Туризма и гостиничного дела, их применение в процессе решения конкретных практических задач;
- приобретение навыков самостоятельной научно-исследовательской работы;
- овладение методиками исследования, обобщения и логического изложения теоретического материала.

В процессе выполнения курсовой работы студентом должны решаться следующие задачи:

- приобретение новых теоретических знаний в соответствии с темой работы и заданием руководителя.
- умение систематизировать, обобщать и логично излагать концепции, альтернативные точки зрения по исследуемой проблеме.
- развитие учебно-исследовательских и методических навыков, необходимых для системного научного анализа изучаемого явления.
- совершенствование профессиональной подготовки.

В курсовой работе студент должен продемонстрировать умение изучать и обобщать литературные источники, планировать содержание, определять практические задачи, делать выводы и предложения, формулировать рекомендации. Курсовая работа должна свидетельствовать об умении собирать, анализировать и обрабатывать информацию.

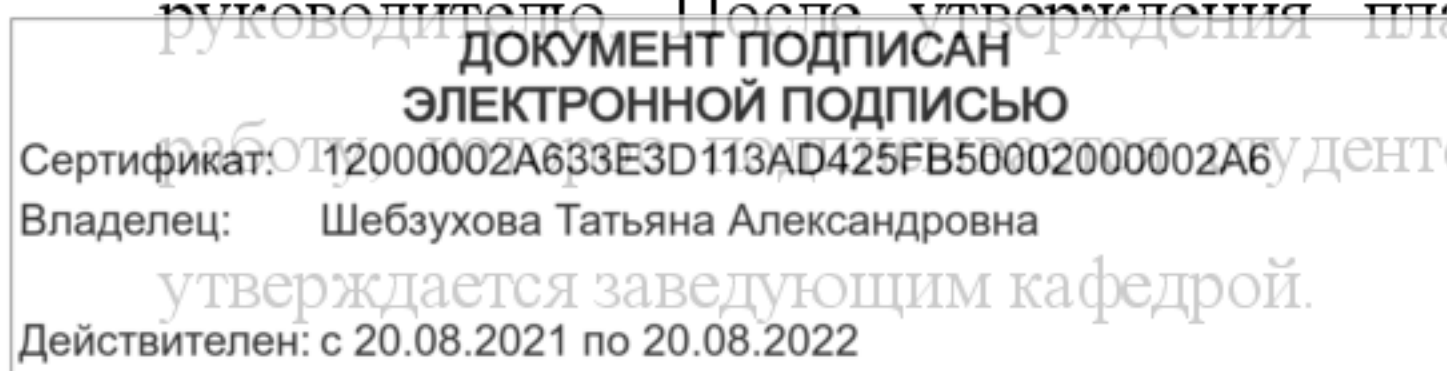
2. Выбор темы курсовой работы

Процесс выполнения курсовой работы студентом начинается с выбора темы. От правильности выбора темы во многом зависит результат работы. Она должна быть актуальной, отвечать учебным задачам дисциплины, а также потребностям науки и практики, отражать закономерности и явления сферы туристского обслуживания населения в реальных социально-экономических условиях и посвящаться исследованию важных в теоретическом и практическом отношении проблем (вопросов) их функционирования. Актуальность темы курсовой работы обусловлена научностью, современностью и направленностью к получению студентами навыков самостоятельной творческой работы.

Тема курсовой работы должна содержать ряд взаимосвязанных между собой проблем и может опираться на фактический материал профильных предприятий и учреждений, а также на итоги учебной и/или производственной практики студентов, на научные работы членов кафедры, студенческих научных кружков и проблемных групп, использовать новейшие достижения отечественной и зарубежной науки, актуальные прикладные аспекты.

Темы курсовых работ утверждаются на заседании кафедры в течение 2-х недель после начала семестра. После утверждения темы совместно с преподавателем студент составляет план выполнения курсовой работы.

Одним из важных этапов выступает составление плана курсовой работы. Он составляется в соответствии с примерной структурой работы и должен быть подчинен решению поставленных задач. Составлению плана предшествует достаточно подробное знакомство с литературой по теме курсовой работы. При этом бакалавр должен стремиться отразить в плане специфику своих представлений о данной проблеме и выбрать из всего многообразия подходов и вопросов только те, которые в наибольшей степени отвечают этим представлениям. Затем план работы уточняется и вместе со списком литературы представляется научному руководителю. После утверждения плана, составляется задание на курсовую работу, которое подписывается студентом и руководителем курсовой работы и утверждается заведующим кафедрой.



3. Структура курсовой работы

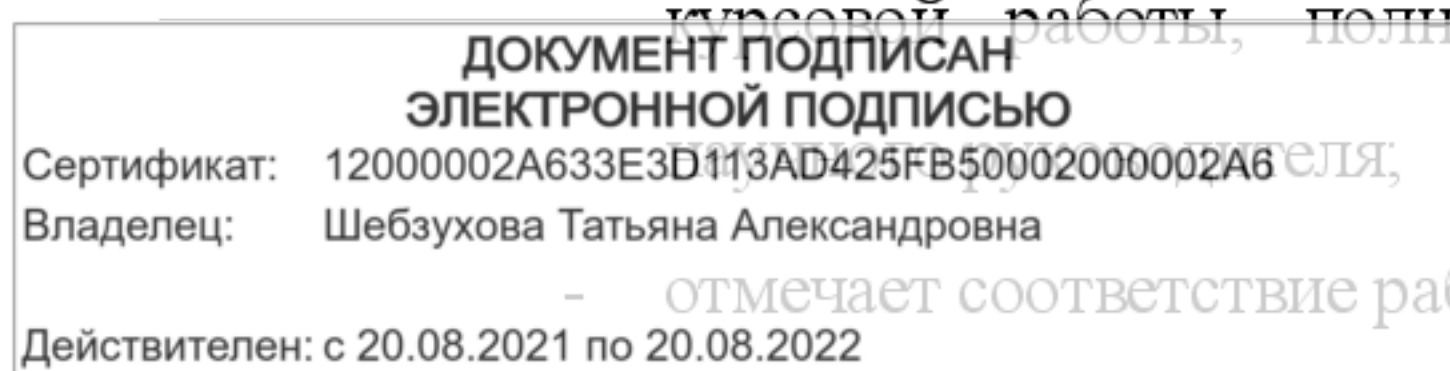
Независимо от того, на каком фактическом материале выполнена работа, она должна включать следующие элементы:

- титульный лист;
- задание на курсовую работу;
- рецензию;
- оглавление (содержание);
- введение (2-3 стр.);
- основная часть (25-30 стр.);
- заключение (2-3 стр.);
- список использованных источников (не менее 15 источников);
- приложения (при необходимости).

Первые четыре страницы приходятся на титульный лист, задание на курсовую работу, и оглавление (содержание). Титульный лист оформляется в соответствии с Приложением 1. Задание формулируется совместно с руководителем курсовой работы, утверждается заведующим кафедрой. Задание по курсовой работе необходимо индивидуализировать с учетом интересов и способностей студентов. Задание по курсовой работе оформляется в соответствии с Приложением 2.

В своем отзыве о курсовой работе научный руководитель отражает:

- степень достижения цели, поставленной студентом в своей работе;
- характеризует теоретическую и методологическую базу курсовой работы;
- актуальность и значимость для теории и практики основных выводов и предложений;
- указывает степень самостоятельности студента при выполнении курсовой работы, полноту учета рекомендаций и замечаний



- отмечает соответствие работы требованиям высшей школы;

- высказывает мнение о возможности допуска курсовой работы к защите.

Отзыв, в котором дается оценка работы, пишется научным руководителем и подписывается им. Отзыв оформляется в соответствии с Приложением 3.

Оглавление (содержание). На основе выбранной темы определяется цель курсовой работы. Это, в свою очередь, диктует ее структуру и содержание. В оглавлении последовательно перечисляются наименования глав, параграфов, а также указываются номера страниц, на которых они размещаются. Содержание должно включать все заголовки, имеющиеся в работе, в том числе список литературы и приложения и быть оформлено в соответствии с Приложением 4.

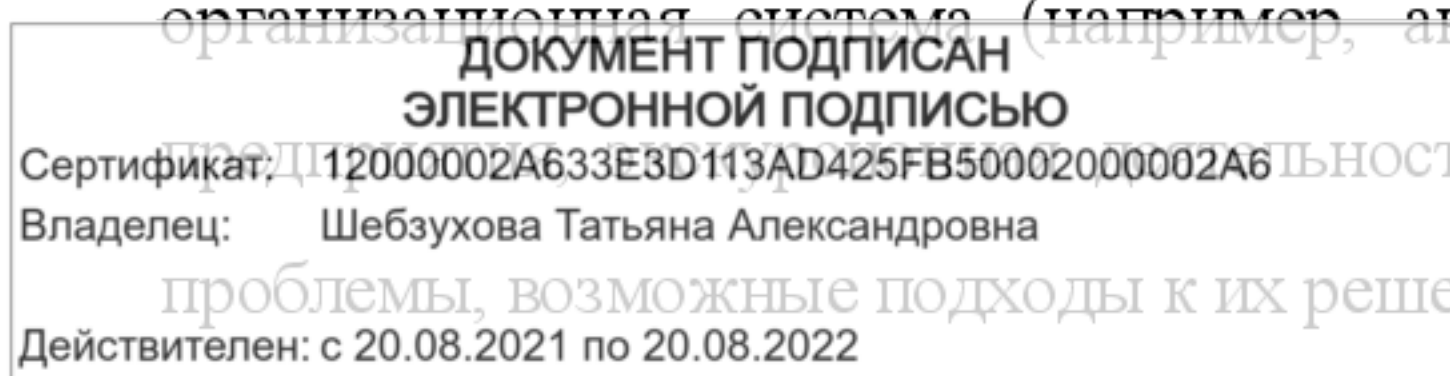
Количество глав и параграфов определяется решением заседания кафедры. Работа должна содержать две главы. Каждая глава должна содержать три параграфа.

Во **Введении** должны быть отражены в такой последовательности следующие положения:

- обоснование актуальности и значимости темы курсовой работы;
- определение объекта исследования;
- определение предмета исследования;
- формулировка цели и основных задач работы;
- оценка теоретической и практической значимости проведенного исследования и полученных результатов.

Актуальность разрешаемой в курсовой работе проблемы определяет выбор темы. Это зависит от выбранного объекта исследования (турфирмы, гостиницы, санатория, музея, выставочного зала; города или региона, на территории которых исследуются проблемы, и др.).

Объект исследования – это некоторое явление и/или процесс, на которое обращено внимание исследователя. Объектом исследования может быть организационная система (например, анимационная деятельность гостиничного предприятия), турпредприятия и т.д.), новые идеи и проблемы, возможные подходы к их решению и др.

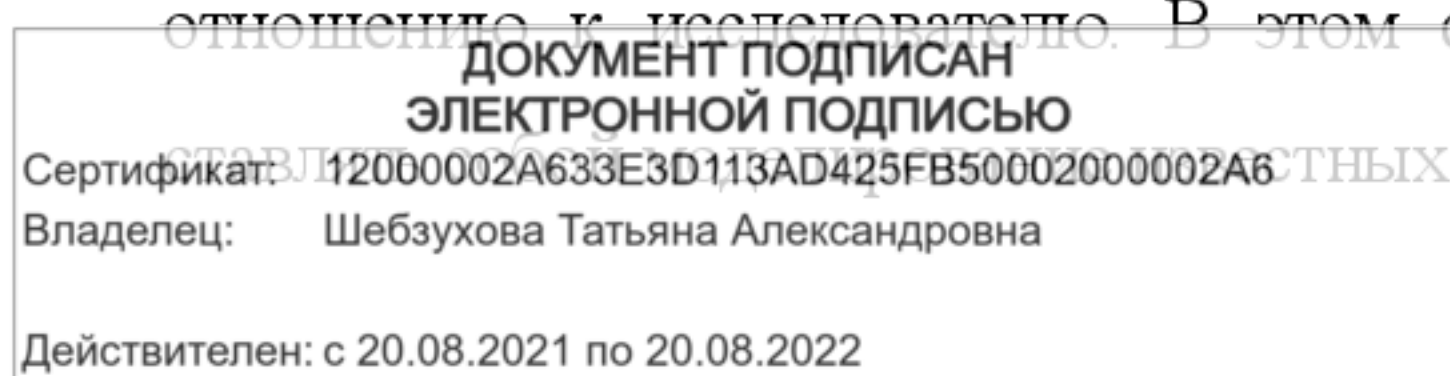


Предмет исследования – это составляющая часть объекта исследования. Под предметом исследования понимаются как теоретические, так и практические, значимые свойства, элементы или особенности объекта исследования. В каждом из объектов исследования можно выделить несколько различных предметов исследования. Бакалавр должен выбрать всего один предмет исследования из множества и сконцентрироваться именно на его исследовании. Предмет исследования задаёт рамки, за которые не должно выходить исследование. Выделение предмета исследования позволяет сформулировать цель исследования.

После определения объекта и предмета исследования бакалавр должен сформулировать **цель и задачи работы**. **Цель** носит общий характер, является емкой по содержанию, формулируется кратко и предопределяет выбор методов исследования.

Задачи конкретизируют цель, уточняя круг вопросов, которые студент будет рассматривать в ходе исследования. Обычно количество задач соответствует количеству глав и параграфов, но не всегда.

Целью проведения любого исследования является получение нового для общества знания. **Теоретическая значимость** – это признак, наличие которого дает автору право на использование понятия «впервые» при характеристике полученных им результатов и проведенного исследования в целом. Чаще всего **Теоретическая значимость** сводится к так называемому элементу новизны. Элементы новизны могут присутствовать как в теоретических положениях (закономерность, принцип, концепция, гипотеза и т.д.), так и в практических результатах (правила, рекомендации, средства, методы, требования и т.д.) и отражает возможные перспективы использования полученных результатов для дальнейшей работы, для решения других проблем. Для курсовых работ новизна результатов может иметь субъективный характер, определяться не по отношению к обществу, а по отношению к исследователю. В этом случае проведенная работа может представлять **научно-практическую значимость** в науке (обществе) решений.



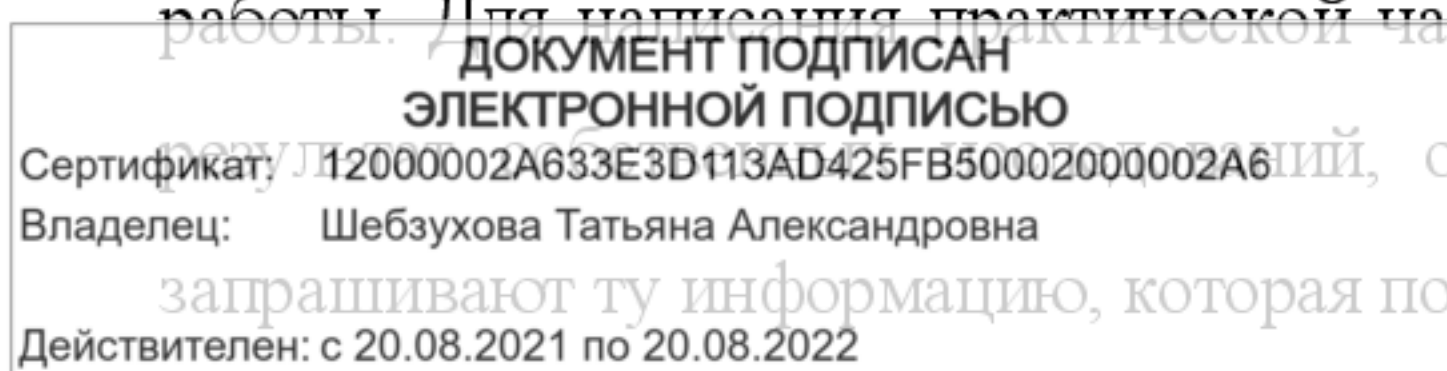
Практическая значимость курсовой работы заключается в том, что сформулированные в ней выводы и предложения могут быть использованы при дальнейшей практической работе.

Объем «Введения» должен быть не менее 2-3 страниц текста.

Основная часть курсовой работы зависит от целей, задач и изложенного содержания. Все части работы должны быть связаны между собой, чтобы при переходе от одной части (главы) к другой, равно как и от одного параграфа к другому, соблюдалась последовательность, логичность, без явных смысловых разрывов. Необходимо в конце каждого параграфа делать краткие выводы, чтобы содержание текста в одной части работы согласовывалось с предыдущим и подготавливало переход к последующему изложению материала. Рекомендуется все главы и параграфы работы соразмерять, как по структуре деления, так и по объему.

Первая глава носит теоретико-методологический характер. Теоретическая часть должна содержать анализ состояния изучаемой проблемы на основе обзора научной, научно-информационной, справочной литературы. В ней необходимо показать знание теории вопроса по научным источникам, выявить сходство и особенности взглядов различных авторов и практиков по отдельным аспектам темы. На основе анализа и сопоставления различных точек зрения, относящихся к предмету исследования, необходимо сформулировать свою собственную точку зрения и аргументировано ее обосновать. Для этого используются сведения и материалы, собранные и обобщенные, исследователями-аналитиками, и др. Информация должна быть обработана, проанализирована, систематизирована и обобщена.

На основе выводов первой главы строится **вторая глава**, которая является эмпирической (практической, проектной) частью. Практическая часть должна компактно и подробно раскрывать суть задания, заключенного в теме курсовой работы. Для написания практической части используются данные предприятий и



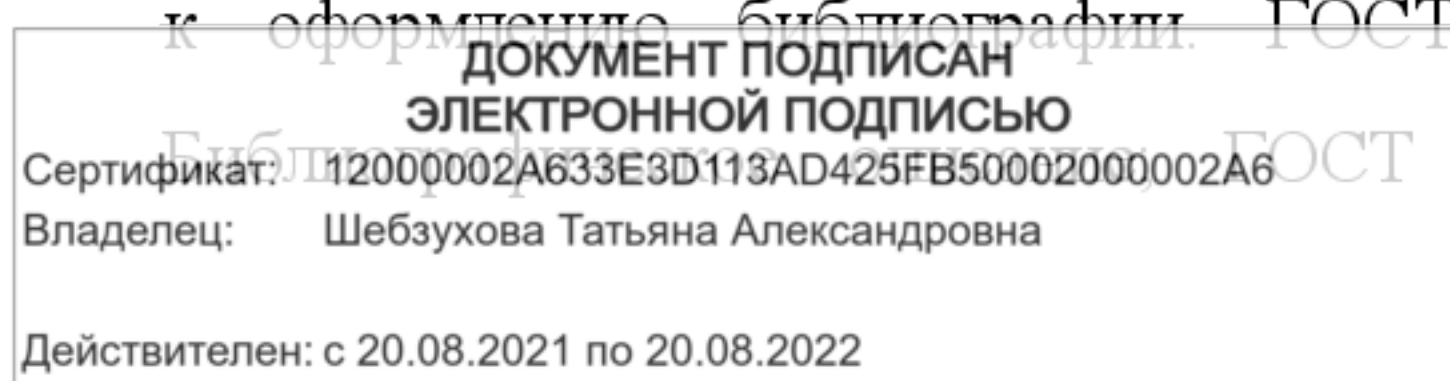
опытов, экспериментов. На предприятии запрашивают ту информацию, которая поможет раскрыть тему работы. Существует

множество видов методик, которые различаются по способам обработки и проверки данных, целям и областям применения. Это математические, практические, эмпирические, статистические, диагностические и др. Разработки и рекомендации, содержащиеся в данной главе, должны убеждать в практической полезности выполненной работы. Объем практической части должен составлять 25-30% от всей работы и не превышать размер теоретической.

Заключение содержит выводы, подтверждающие или опровергающие первоначальные предположения (гипотезы), перспективы дальнейшего изучения проблемы, связь с практикой, анализ реализации целей и задач исследования. Этот раздел курсовой работы должен охватывать все главы работы. В нем бакалавр, исходя из поставленных задач и проведенного анализа, обобщает содержание всей работы. В заключение включаются теоретические выводы, обобщения выявленных недостатков в работе объекта исследования, рекомендации по внедрению предложений, итоговые выводы по результатам проделанной работы. Выводы и рекомендации должны быть краткими и четкими, логично вытекающими из содержания работы, дающими полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности предлагаемых решений. Они высказываются тезисно (по пунктам) и должны отражать мысли, вытекающие из теории вопроса, проведенного анализа и всех направлений совершенствования исследуемого объекта.

Список использованных источников. Библиография представляет собой одну из частей курсовой работы, которая позволяет судить о степени фундаментальности проведенного исследования. Список включает в себя перечень всех источников, которые были использованы при выполнении курсовой работы. Именно по нему можно судить о степени осведомленности бакалавра, выполнившего курсовую работу в имеющейся литературе по изучаемой проблеме. Список литературы должен быть составлен в соответствии с требованиями ГОСТа

к оформлению библиографии. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. ГОСТ 7.82-2001. Библиографическая запись.

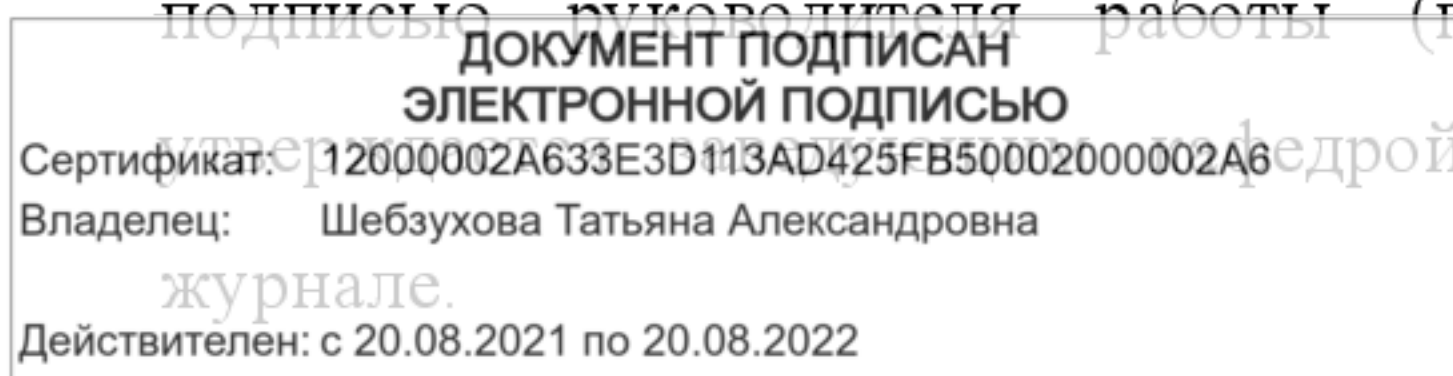


Библиографическое описание электронных ресурсов. Наиболее приемлемый способ построения списка литературы – алфавитный.

Приложения. Приложения не входят в содержательную часть курсовой работы. В этот раздел курсовой работы следует отнести вспомогательный материал: рисунки, таблицы, схемы, формулы, нормативно-правовые документы, инструкции, положения, различные материалы местных органов управления, организаций и др. Приложение содержит весь фактический материал экспериментальных исследований (анкеты, опросники, схемы, чертежи, расчетные материалы, карты, рисунки, ответы респондентов и т.д.). Приложения помещают после списка использованной литературы в порядке их упоминания в тексте. Каждое приложение следует начинать с нового листа, вверху по центру пишется слово «Приложение» и номер, обозначенный арабской цифрой (без знака №), ниже пишется название приложения. Если в работе есть приложения, то на них дают ссылку в основном тексте работы, например: (Приложение 7).

4. Руководство курсовой работой

Руководство курсовыми работами осуществляется наиболее квалифицированным преподавателям кафедры, обладающим научно-методическим опытом. Для учета специфики курсовых работ по предметам разработаны методические указания по выполнению курсовых работ. Руководство курсовыми работами начинается с выдачи задания студентам. В этот период необходимым условием, обеспечивающим эффективность дальнейшего руководства, является индивидуальная беседа руководителя со студентом по заданию. В ходе беседы руководитель должен выяснить степень подготовленности студента к выполнению данного задания, рекомендовать необходимую литературу и информировать о порядке выполнения задания. В результате индивидуальной беседы может быть уточнена или выбрана студентом другая тема работы. Задание выдается за подписью руководителя работы (проекта), датируется днем выдачи,



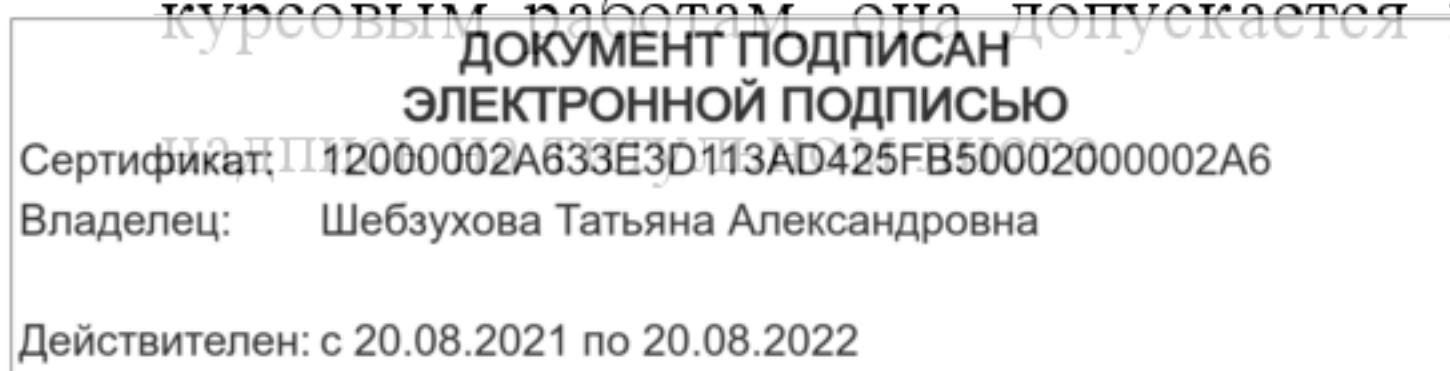
и регистрируется в кафедральном

В рамках отведенного для руководства курсовыми работами времени должны регулярно проводиться индивидуальные консультации. За научным руководителем курсовой работы закрепляются следующие основные обязанности:

- помощь студенту в определении темы и выдача задания к выполнению работы;
- консультации по составлению и уточнению плана курсовой работы, определению основных направлений и задач данной работы, прогнозированию возможных результатов;
- рекомендации и помощь студентам в подборе необходимой литературы, сборе эмпирического материала и его обработке и оформлении;
- проведение предусмотренных расписанием консультаций по курсовой работе;
- проверка работы, написание рецензии;
- информирование заведующего кафедрой за ходом и результатами выполнения курсовой работы студентом.

Одной из важных форм руководства является предварительный просмотр выполненной курсовой работы. Если работа содержит эмпирическую (практическую) часть, то руководитель, прежде всего, должен провести экспертизу этой части, а затем указать все ошибки, неточности по работе в целом. После проверки руководителем выполнения одного этапа работы студенту (в случае положительного заключения) разрешается перейти к следующему этапу.

Заведующие кафедрами должны периодически проверять состояние работы, контролировать направленность и методику деятельности отдельных руководителей, давая на заседаниях кафедры соответствующие методические указания. Работа перед сдачей руководителю подписывается лично студентом. Если работа удовлетворяет требованиям, предъявляемым к курсовым работам, она допускается к защите, о чем руководитель делает



5. Оформление курсовой работы

Курсовую работу рекомендуется представлять в объеме **35-37 страниц листов**. Текст работы должен быть напечатан на одной стороне стандартного листа белой бумаги А-4 (210 х 297 мм). Текст и другие отпечатанные элементы работы должны быть черными, контуры букв и знаков – четкими, без ореола и затенения.

Рекомендуется использовать компьютерный текстовый редактор «Microsoft Word». Тип шрифта «Times New Roman», кегель 14, при этом следует применить **полуторный межстрочный интервал**. Названия глав и параграфов выделяются полужирным шрифтом. Выравнивание текста по ширине листа. Все используемые нумерации и маркеры должны быть одинаковыми.

Лист с текстом должен иметь поля: слева – 30 мм, справа – 10 мм, сверху – 20 мм, снизу – 20 мм. Нумерация страниц текста делается в правом нижнем углу листа. Нумерация страниц должна быть сквозной. Проставлять номер страницы необходимо со страницы, где печатается «Введение», на которой ставится цифра «5». После этого нумеруются все страницы. В общую нумерацию входят список использованной литературы и приложения.

Оформление курсовой работы должен соответствовать ГОСТу 7.80-2000. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления и ГОСТу 7.0.12-2011. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.

Заголовки глав пишутся прописными буквами. Заголовки параграфов пишутся строчными буквами (кроме первой прописной). Между названием главы и названием параграфа этой главы ставится пробел равный двум интервалам (одна пустая строка), а название параграфа не должно отделяться от текста этого параграфа пробелом. Названия параграфов отделяются от текста предыдущего параграфа пробелом, равным двум интервалам (одна пустая строка).

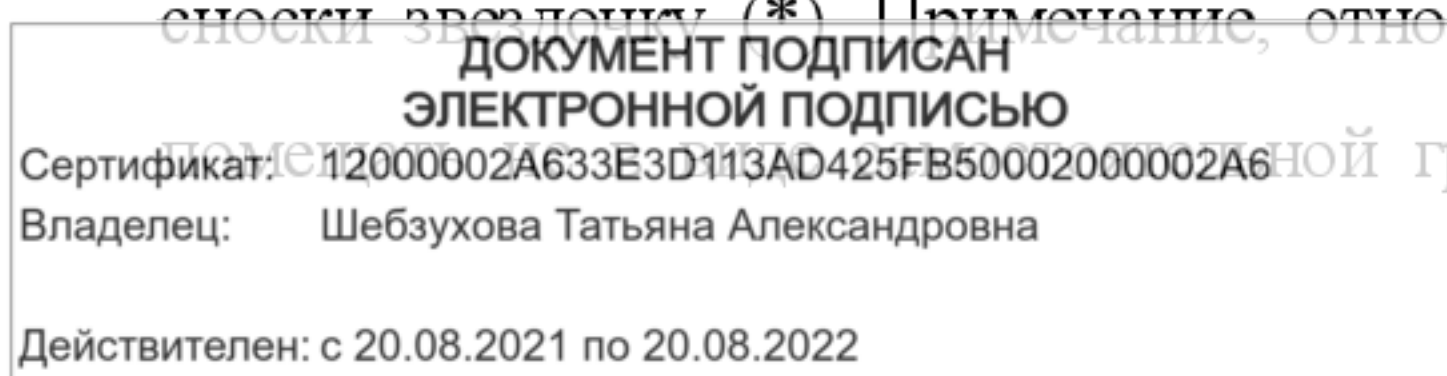
Главы имеют порядковые номера в арабскими цифрами (например: 1,2,3),

после которых ставится точка. Слово «параграф» или значок параграфа в названии не ставятся. Параграфы имеют порядковые номера в пределах глав, обозначаемые арабскими цифрами (например: 1.1 и 1.2). Заголовки глав и параграфов в тексте работы должны располагаться по центру, точку в конце названия главы и параграфа не ставят. Не допускается переносить часть слова в заголовке.

Каждый новый раздел работы (введение, главы, заключение, список использованных источников и приложения) начинается с новой страницы. (См. Приложение 5) Не разрешается помещать заголовки отдельно от текста. На странице, где приводится заголовок, должно быть не менее двух строк последующего текста.

В курсовой работе могут быть использованы иллюстрации, схемы. Все иллюстрации (схемы, чертежи, диаграммы, графики и пр.) именуются рисунками, в тексте они обозначаются с сокращением слова «рисунок» и с обозначением его порядкового номера и наименования под изображением. Например, «Рис. 1. Схема маршрута экскурсии». Необходимые качества любого рисунка – наглядность, графическая выразительность, ясность. Нумерация таблиц и рисунков может быть сквозной или соотноситься с номером главы и параграфа. Например, если таблица или рисунок включены в текст первого параграфа второй главы, нумерация следующая: Рис. 2.1.1. Последняя цифра означает порядковый номер рисунка в данном параграфе.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Таблица помещается в качестве следующей страницы после первого упоминания о ней в тексте. Таблица размещается в тексте таким образом, чтобы ее можно было бы читать без поворота документа или с поворотом по часовой стрелке. Подчеркивать заголовок не следует. Знаки сносок в таблице должны быть отличными от знаков сносок текста. Рекомендуется применять в качестве знака сноски звездочку (*). Примечание, относящееся ко всей таблице, рекомендуется



«Примечание». Не рекомендуется располагать две или несколько таблиц одну за другой, их надо разделять текстом.

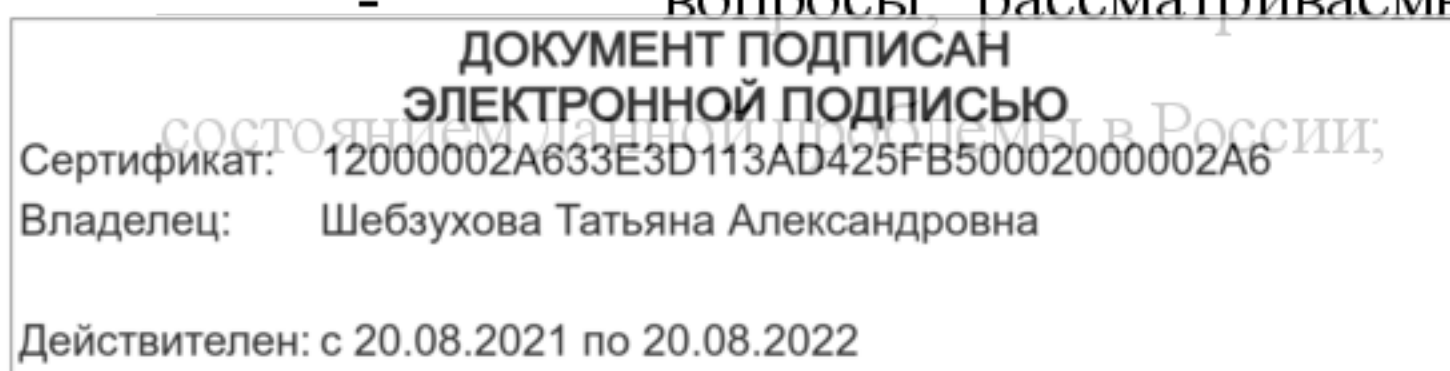
Оформление ссылок. В процессе написания курсовой работы студенты делают ссылки на литературные и иные источники (библиографию). При их записи следует особое внимание уделять на правильное оформление. Ссылки должны быть оформлены в соответствии с ГОСТом Р 7.0.5-20 08. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. Ссылки на литературу могут быть внутритекстовые и подстрочные. Внутритекстовая ссылка заключается в квадратные скобки. При внутритекстовой ссылке вначале проставляется номер литературного источника по списку использованной литературы, приведенному в конце курсовой работы, затем номер страницы. Например, [14, С. 5]. Это означает, что литературный источник в списке числится под номером 14 и данная цитата взята со страницы 5. Подстрочные ссылки размещаются под текстом на странице 10 шрифтом. Подстрочные ссылки обозначают арабскими цифрами 1,2,3. (См. Приложение 5)

6. Защита курсовой работы

Защита курсовой работы является обязательной формой проверки выполнения работы. Защита производится на заседании кафедры, научно-методического семинара кафедры, научной проблемной группы специальной комиссией, утверждаемой директором института, состоящей обычно из 3 преподавателей кафедры, при непосредственном участии руководителя, в присутствии студентов. Результаты наиболее интересных курсовых работ могут быть доложены на научных конференциях. Публичная защита стимулирует научный интерес, творчество, ответственность студентов.

Курсовая работа оценивается научным руководителем. Преподаватель имеет право снизить оценку за курсовую работу, если:

- вопросы, рассматриваемые в работе, не связаны с современным



- по результатам исторического анализа нет аналогии с современностью или в работе отсутствуют выводы и рекомендации;
- анализ зарубежной практики не связан с отечественной практикой и/или отсутствуют рекомендации по использованию соответствующего зарубежного и отечественного опыта;
- при анализе нормативных актов в работе не содержатся выводы об их влиянии на современную ситуацию в России и рекомендации по их улучшению (изменению);
- в работе не соблюдены нормы оформления курсовой работы;
- работа сдана с опозданием.

Руководитель имеет право потребовать от автора курсовой работы устно изложить содержание любого источника. В случае, если автор курсовой работы проявит явное незнание содержания упомянутого источника, оценка за работу может быть снижена.

Руководитель может потребовать доработать курсовую работу, в т.ч. при неправильном оформлении, либо полностью переделать ее.

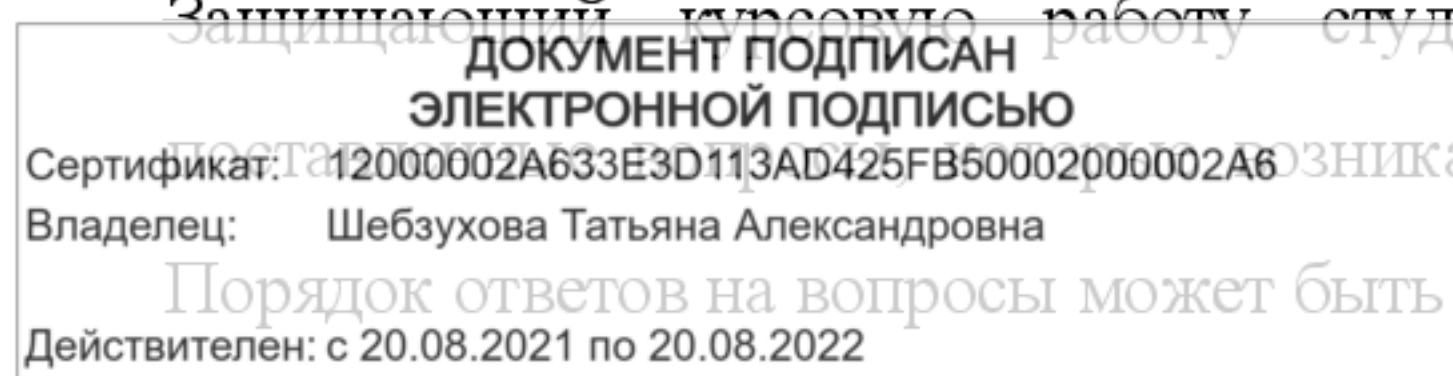
Защита состоит в коротком докладе студента по выполненной работе и в ответах на вопросы присутствующих на защите. Для защиты студент готовит краткое выступление (до 5-7 мин.), что составляет примерно 3-3,5 страницы машинописного текста. Выступление должно содержать следующие аспекты:

- обоснование актуальности темы, цель и задачи исследования;
- методологический подход к выполнению;
- изложение основных положений содержания работы;
- результаты, полученные самостоятельно в процессе исследования;
- предложения и рекомендации (по главам или в порядке постановки проблемы).

Научный руководитель зачитывает отзыв на курсовую работу студента.

Защитивший курсовую работу студент должен кратко ответить на все вопросы преподавателя и присутствующих.

Порядок ответов на вопросы может быть различным: студент может сразу ответить



на вопросы по мере их возникновения у слушателя; возможен также вариант накопления и фиксации вопросов от всех участников обсуждения с последующим их освещением в ответах.

Защита курсовых работ, предусмотренных учебным планом, проводится не позднее, чем за две недели до начала зачетно-экзаменационной сессии. Студент, не представивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший ее по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность. Курсовые работы, представляющие теоретический и практический интерес, следует представлять на конкурс в студенческие научные общества, конференции, отмечать приказом по университету. Выполненные работы после их защиты должны храниться на кафедре в течение 2 лет, не считая года написания; затем работы, не представляющие для кафедры интерес, уничтожаются по акту.

По итогам защиты выставляется окончательная оценка курсовой работы.

При определении оценки работы учитывается:

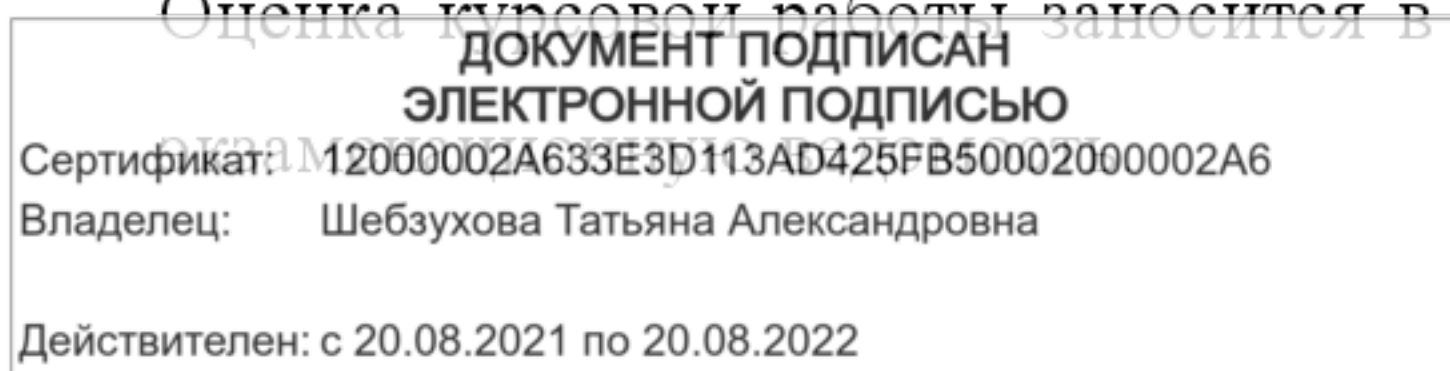
- уровень теоретической и практической подготовки студента;
- правильность и полнота ответов на поставленные вопросы;
- качество представленного иллюстративного материала;
- умение излагать суть своей работы;
- способность аргументировать и отстаивать собственную точку зрения,

вести научную дискуссию, правильно реагировать на замечания.

Курсовая работа должна быть сброшюрована в специальной папке для курсовых работ, в обычном скоросшивателе или в твердом переплете.

Результаты защиты курсовой работы, согласно действующему Положению о текущем контроле и промежуточной аттестации в СКФУ, оцениваются дифференцированной отметкой по пятибалльной системе.

Оценка курсовой работы заносится в зачетную книжку студента и зачетно-



7. Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

Дополнительная литература:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;

3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;

4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека

8. Тематика курсовых работ

Направление деятельности	Примерная тематика
проектная;	Базовый уровень Специфика рекламы в индустрии гостеприимства. Роль рекламы в продвижении гостиничных услуг. Значение рекламы в деятельности санаторно-курортных учреждений. Повышенный уровень Особенности рекламы гостиничного предприятия. Веб-сайт как средство продвижения гостиничных услуг. Перспективы развития мобильной рекламы.
организационно-управленческая;	Базовый уровень Организация PR и рекламной деятельности в индустрии гостеприимства.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6	Подписание документов, связанных с продвижением гостиничных услуг средствами интернет-рекламы.
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна	Организация рекламной деятельности гостиничного предприятия.
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	Повышенный уровень

	Современные виды рекламы в гостиничном бизнесе. Роль туристических выставок в индустрии гостеприимства. Специфика продвижения новых гостиничных услуг.
научно-исследовательская;	Базовый уровень Роль полиграфической рекламы в продвижении гостиничных услуг на рынке. Роль наружной рекламы в продвижении гостиничного предприятия. Разработка рекламной кампании для гостиницы Повышенный уровень Современные виды наружной рекламы в гостиничном бизнесе. Особенности планирования рекламной деятельности гостиничных предприятий. Специфика выбора рекламных средств для продвижения гостиничных услуг.
производственно-технологическая;	Базовый уровень Специфика печатной рекламы предприятий индустрии гостеприимства. Фирменный стиль как средство формирования имиджа предприятия. Медиапланирование как основа рекламной деятельности гостиничного предприятия. Повышенный уровень Разработка рекомендаций по совершенствованию рекламной деятельности гостиничного предприятия. Современное состояние и перспективы развития рекламного рынка. Управление рекламной деятельностью в гостинице.
сервисная	Базовый уровень Значение наружной рекламы в индустрии гостеприимства. Роль рекламы в формировании имиджа гостиничного предприятия. Роль рекламы и PR в продвижении гостиничных услуг. Повышенный уровень Планирование рекламной деятельности в санатории. Роль рекламы в формировании спроса на гостиничные услуги. Специфика формирования потребительского спроса на гостиничные услуги средствами рекламы.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАОУ ВО «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ПЯТИГОРСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) СКФУ
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА
КУРСОВАЯ РАБОТА
по дисциплине
«Реклама в туризме»
на тему:**

« _____ »

Выполнил (а):

_____ студент __ курса группы __

направленность (профиль) _____

_____ формы обучения

_____ (подпись)

Руководитель работы:

_____ (ФИО, должность, кафедра)

Работа допущена к защите _____

(подпись руководителя)

_____ (дата)

Работа выполнена и защищена с оценкой _____ Дата защиты _____

Члены комиссии: _____

(должность)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск, 20__ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой ТиГ Д

Огаркова И.В.

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Кафедра Туризма и гостиничного дела

Направление подготовки _____

Направленность (профиль) _____

ЗАДАНИЕ на курсовую работу

студента _____

(фамилия, имя, отчество)

по дисциплине _____

1. Тема работы _____

2. Цель _____

3. Задачи _____

4. Перечень подлежащих разработке вопросов:

а) по теоретической части _____

б) по аналитической части _____

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 5. 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
а) по литературным источникам _____

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

б) по вариантам, разработанным преподавателем _____

в) иное _____

6. Список рекомендуемой литературы _____

7. Контрольные сроки представления отдельных разделов курсовой работы:

25 % - _____ “ ____ ” _____ 20_ г.

50 % - _____ “ ____ ” _____ 20_ г.

75 % - _____ “ ____ ” _____ 20_ г.

100 % - _____ “ ____ ” _____ 20_ г.

8. Срок защиты студентом курсовой работы “ ____ ” _____ 20_ г.

Дата выдачи задания “ ____ ” _____ 20_ г.

Руководитель курсовой работы

(ученая степень, звание)

(личная подпись)

(инициалы, фамилия)

Задание принял(а) к исполнению студент(ка) _____ формы обучения

____ курса ____ группы _____

(личная подпись)

(инициалы, фамилия)

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Отзыв
на курсовую работу студента/ки ____курса
Ф.И.О.
тема

Актуальность: курсовая работа посвящена

В первой главе

Вторая глава

Выводы, сделанные в Заключение, соответствуют целям, поставленным во Введении.

Проанализированобъем литературы...

За время работы студент/ка проявил/а себя как.....

Таким образом, работа выполнена на ... уровне, соответствует требованиям, предъявляемым к курсовым работам, и заслуживает ... оценки.

Научный руководитель

степень, звание, должность

место работы

Ф.И.О.

Печать

".....".....201...г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. (название первой главы).....	7
1.1 (название первого параграфа)	7
1.2 (название второго параграфа).....	11
1.3 (название третьего параграфа)	16
2. (название второй главы)	21
2.1 (название первого параграфа)	21
2.2 (название второго параграфа)	25
2.3 (название третьего параграфа)	29
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	43
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	45
ПРИЛОЖЕНИЯ	46

1. ПОТЕНЦИАЛ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА НА КМВ

1.1 Пятигорск в истории КМВ

Город-курорт Пятигорск, которому исполнилось 225 лет, имеет интересную историю и по праву принадлежит к историческим городам¹.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Щербаков, А.В. Кавказские Минеральные Воды: Путеводитель [Текст] / А.В. Щербаков – Ставрополь: