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 15:49:56
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 ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»

Направление подготовки	43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль)	Гостиничная деятельность

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 гостиничном бизнесе» осваивается студентами в 7 семестре.

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно само практическое занятие (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 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.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

2. ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие 1-2.

Тема 1. Понятие, сущность и задачи рекламы в индустрии гостеприимства.

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

Организационная форма занятия: беседа

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность и функции рекламы.
2. Требования, предъявляемые к рекламе.
3. Участники рекламного процесса.
4. Основные законы рекламы.
5. Понятие целевой аудитории в индустрии гостеприимства
6. Цели и задачи рекламы в СКСТ.
7. Классификация рекламы в СКС и туризме.

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. 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 c. — 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 c. — 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 гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Методические рекомендации по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03

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

Гостиничное дело.

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 3-4.

Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Цель: изучить государственное регулирование рекламной деятельности.

Организационная форма занятия: беседа

Вопросы для обсуждения:

1. Современное регулирование рекламного дела в гостиничной индустрии на современном этапе.
2. 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 2: 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. Охарактеризуйте регулирование рекламного дела в гостиничной индустрии в Российской Федерации.
2. Дайте характеристику норм правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг.

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 c. — 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 c. — 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 гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03

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

Гостиничное дело.

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 5-6.
Тема 3. Реклама в СМИ.
Цель: ознакомить с особенностями рекламы в СМИ.
Организационная форма занятия: 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.
5. Преимущество и недостатки радиорекламы.
6. Виды радиорекламы.
7. Особенности телевизионной рекламы.
8. 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:

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

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

Методические рекомендации к теме 3: 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. 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.

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

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном деле» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению

самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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 7-8.

Тема 4. Печатная и сувенирная реклама.

Цель: ознакомить с особенностями печатной рекламы.

Организационная форма занятия: презентация

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности печатной рекламы.
2. Виды печатной рекламы.
3. 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. Какие виды печатной рекламы чаще используют гостиничные и туристические предприятия и почему?
2. От чего зависит эффективность печатной рекламы?

Методические рекомендации к теме 4: студент должен иметь представление о печатной рекламе. 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 c. — 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 c. — 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 гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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 9-10.

Тема 5. Наружная реклама.

Цель: ознакомить с особенностями наружной рекламы.

Организационная форма занятия: презентация

Вопросы для обсуждения:

1.Особенности наружной рекламы.

2.Разновидности наружной рекламы.

3.Правила размещения 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?
3. Каковы правила размещения наружной рекламы?

Методические рекомендации к теме 5: 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. 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 c. — 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 c. — 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 гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03

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

Гостиничное дело.

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 11-12.

Тема 6. Компьютерная реклама.

Цель: ознакомить с особенностями и видами компьютерной рекламы.

Организационная форма занятия: презентация

Вопросы для обсуждения:

1.Особенности компьютерной рекламы.

2.Виды компьютерной рекламы.

Задание 1. Написать реферат на предложенные темы.

1.Инновационные технологии в компьютерной рекламе.

2.Медийная, таргетинговая и контекстная реклама в Интернете.

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 6: 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. 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 c. — 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 c. — 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 гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
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 13-14.
Тема 7. Реклама на выставках.
Цель: познакомить с особенностями проведения выставок.
Организационная форма занятия: беседа
Вопросы для обсуждения:
1.Понятие выставки, классификация выставок.
2.Этапы подготовки в выставке.
3.Подготовка стендистов.
4.Разработка рекламных пакетов.
Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:
1. Каковы основные этапы подготовки к выставке?
2. Какие существуют типы посетителей выставки?
3. Как выбрать рекламные материалы для выставки.

Методические рекомендации к теме 7: 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 c. — 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 c. — 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 гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
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 15-16.
Тема 8. Рекламная кампания.
Цель: познакомить с особенностями планирования рекламной кампании.
Организационная форма занятия: беседа
Вопросы для обсуждения:
1.Основные цели рекламной кампании для гостиничных предприятий.
2.Виды рекламных кампаний.
3.Этапы планирования рекламной кампании. Особенности рекламной кампании.
4.Разработка рекламного бюджета. Методы формирования рекламного бюджета.
5. Медиапланирование.
6.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. 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.
4. Какие методы расчета рекламного бюджета являются наиболее предпочтительными для гостиничных предприятий?
5. Что такое медиапланирование?
6. Какие основные показатели медиапланирования используются при выборе средств распространения?
7. Как оценить эффективность рекламной деятельности гостиницы?

Методические рекомендации к теме 8: 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 c. — 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 c. — 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 гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для

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

студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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 17-18.

Тема 9. Программа продвижения гостиничного предприятия.

Цель: познакомить с эффективностью рекламной деятельности в гостиничном бизнесе.

Организационная форма занятия: беседа

Вопросы для обсуждения:

1.Продвижение гостиничного предприятия.

2.Учет особенностей целевой аудитории при разработке программы продвижения.

3.Конкурентные преимущества гостиничного продукта.

4.Основные критерии эффективности рекламных мероприятий.

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

Задания и вопросы для формирования и контроля владения компетенциями:

1. Какие существуют основные критерии эффективности рекламных мероприятий?
2. Какие существуют основные методы определения эффективности рекламных кампаний?

Методические рекомендации к теме 9: 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 c. — 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 c. — 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 гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для

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

студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

3. Список рекомендуемой литературы

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 с. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 с. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 c. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 c. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 c. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2013. — 68 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-

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

библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 с. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

.

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

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

по выполнению самостоятельной работы
по дисциплине
«РЕКЛАМА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»

Направление подготовки	43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль)	Гостиничная деятельность

Пятигорск
2022

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

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 гостиничном бизнесе» 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 гостиничном бизнесе» 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 практических 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.

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

Методические рекомендации по изучению литературы

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 передачи мыслей автора, ставить их в кавычки. Пропуски в цитате допускаются (отмечаются многоточием), но они не должны изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием источника.

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более 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 связная 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 кратко для последующего восстановления информацию своими словами или цитируя, используя сокращения.

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный

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

- 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 обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

Оформление конспекта

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.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Методические рекомендации к самостоятельной работе

Тема 1. Понятие, сущность и задачи рекламы в индустрии гостеприимства.

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

Форма контроля СРС: конспект, опрос.

Вид самостоятельной работы:

1. подготовка к практическому занятию;
2. конспектирование материалов;
3. самостоятельное изучение литературы.

Задания для СРС:

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

Задание 2. Ответьте на вопросы.

1.Федеральный закон «О рекламе» впервые принят в России в:

а) 1991г.; б) 1995г.; в) 1998г.; г) 2001г.

2. Реклама на макроуровне проводится:

а) предприятиями туриндустрии;
б) органами государственной власти;
в) муниципальными органами управления туризмом;
г) все варианты правильные.

3. Основные законы рекламы разработаны:

а) Мерфи; б) Бриззоном; в) Политцем; г) нет правильного варианта.

4. Товарная реклама направлена на:

а) создание привлекательного образа фирмы;
б) формирование и стимулирование спроса;
в) рекламу отдельного туробъекта;
г) на информирование деловых партнеров о существовании фирмы.

5.Рациональная реклама призвана:

а) вызывать желания и эмоции у потребителей;
б) побуждать людей придерживаться правильного образа жизни;
в) обращать внимание людей на выгоды от приобретения товаров и услуг;
г) создавать привлекательный образ фирмы.

6. К рекламе потребностей можно отнести:

а) объявления о найме на работу;
б) информацию о предлагаемых турах;
в) имиджевую рекламу;
г) информацию о поиске партнеров по бизнесу.

7. Образовательная функция рекламы связана с:

а) управлением спросом;
б) убеждением клиента приобрести ту или иную услугу;
в) внедрением новых товаров и услуг;
г) обеспечиванием потребителей информацией.

8. Компетентность рекламы заключается в том, что:

а) она выражается в простом, убедительном языке текста;
б) является частью плана маркетинга;
в) базируется на новейших достижениях различных наук;
г) тесно связана с техническим прогрессом.

9. Достижения, что:

а) управление кризисом;
б) привлекательный туристский регион;

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

в) стимулирование сбыта;
г) информацию о поиске партнеров по бизнесу.

10. Особенностями рекламы в туризме являются следующие:

а) личный характер;
б) односторонняя направленность;
в) возможность измерения эффекта;
г) все варианты правильные.

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 c. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 c. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 c. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 c. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 c. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Родичева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Родичева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 c. — ISBN 978-5-93252-258-5. —

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

Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

Тема 2. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Цель: изучить государственное регулирование рекламной деятельности.

Форма контроля СРС: конспект, опрос.

Вид самостоятельной работы:

1. подготовка к практическому занятию;
2. конспектирование материалов;
3. самостоятельное изучение литературы.

Задания для СРС:

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

Задание 2. Ответьте на вопросы:

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

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

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 с. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 с. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

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

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 c. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 c. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 c. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 c. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

.

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

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

Тема 3. Реклама в СМИ

Цель: ознакомить с видами рекламы в СМИ и особенностями их использования.

Форма контроля СРС: опрос, конспект, реферат.

Вид самостоятельной работы:

1. подготовка к практическому занятию;
2. конспектирование материалов;
3. самостоятельное изучение литературы.

Задания для СРС:

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.

Задание 3. Ответьте на вопрос.

1. Для того, чтобы добиться хорошего эффекта от рекламы в прессе, необходимо:

а) обратиться в рекламное агентство;

б) определить повторяемость рекламного объявления;

в) разместить объявление во всех газетах и журналах.

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 с. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 с. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 с. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 с. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и

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

дизайна, 2017. — 68 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 с. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

Тема 4. Печатная и сувенирная реклама.

Цель: ознакомить с видами печатной и сувенирной рекламы и особенностями их использования.

Форма контроля СРС: опрос, конспект, реферат.

Вид самостоятельной работы:

1. подготовка к практическому занятию;
2. конспектирование материалов;
3. самостоятельное изучение литературы.

Задания для СРС:

Задание 1. Написать реферат на предложенные темы.

1.Инновационные технологии в рекламе.

Задание 2. Ответьте на вопросы.

1. Сброшюрованное или переплетенное печатное издание, содержащие систематизированное представление всей туристской программы, называется:

а) туристский каталог;
б) буклет;
в) брошюра.

2. Малоформатное многократно сфальцованное рекламное издание - это:

а) каталог;
б) буклет;
в) брошюра.

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

3. Небольшие по объему печатные издания, содержащие текст и иллюстрации и относящиеся к средствам оперативной рекламы, называются:

а) проспекты;

б) плакаты;

в) рекламные листовки.

4. Крупноформатное несфальцованное издание, в большинстве случаев с односторонней печатью – это:

а) плакат;

б) листовка;

в) проспект.

5. Плакат, который печатается с помощью литографии или шелкографии, а затем наклеивается на щиты, называется:

а) постер; б) фольдер; в) стиккер.

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 с. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 с. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 с. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 с. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург :

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

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 с. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

Тема 5. Наружная реклама.

Цель: ознакомить с видами наружной рекламы и особенностями их использования.
Форма контроля СРС: опрос, конспект, реферат.
Вид самостоятельной работы:
1. подготовка к практическому занятию;
2. конспектирование материалов;
3. самостоятельное изучение литературы.

Задания для СРС:

Задание 1. Ответьте на вопросы.

1. Навесная конструкция, размещаемая на глухих стенах зданий и сооружений:
а) брандмауэр;
б) панель;
в) басорама.

2. Временное выносное средство информации в виде раскладного рекламного щита, устанавливаемое на тротуаре обычно в часы работы туристского предприятия:
а) плакат;
б) штендер;
в) стиккер.

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

3. Устройство для размещения наружной рекламе:
а) рекламные щиты;
б) проспекты;

в) фирменные вывески.

4. К какому типу рекламы относятся брандмауэры:

а) наружная реклама;

б) рекламные сувениры;

в) компьютеризированная реклама.

5. Рекламная панель с подсветкой, устанавливаемая на крыше или по периметру автобусов, троллейбусов, трамваев, называется:

а) вывеска;

б) билборд;

в) басорама.

6. Двусторонние плоскостные конструкции, устанавливаемые на собственных опорах или на зданиях, обычно выполненные в двустороннем варианте с внутренней подсветкой, называются:

а) кронштейны;

б) билборд;

в) вывеска.

7. Средства наружной рекламы и информации, выполненные в виде козырьков и навесов и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений, называются:

а) билборд;

б) маркизы;

в) вывеска.

8. К временным средствам наружной рекламы не относят:

а) электронные табло;

б) штендеры;

носимые рекламные конструкции.

9.Наружное оформление фирмы должно обязательно содержать:

а) название фирмы и время работы;

б) название фирмы и слоган;

в) название фирмы и виды оказываемых услуг.

10. К щитовой рекламе не относят:

а) рекламу на транспорте; б) панно; афиши.

11. Временные средства наружной рекламы и информации, перемещаемые физическими лицами без использования технических средств, называют:

а) перетяжки; б) носимые рекламные конструкции; в) баннеры.

12. Уличная реклама, использующая движущиеся элементы (вращение, качение и т.д.), называется:

а)вращающийся щит; б) движущийся щит; в) кинетический щит.

13. Объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, называются:

а) крышные установки; б) карнизные установки; в) надомные установки.

Рекомендуемая литература.

Основная литература:

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

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 с. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 с. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 с. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 с. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 с. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

Тема 6. Компьютерная реклама.

Цель: ознакомить с видами компьютерной рекламы и особенностями их использования.

Форма контроля СРС: опрос, конспект, реферат.

Вид самостоятельной работы:

1. подготовка к практическому занятию;
2. конспектирование материалов;
3. самостоятельное изучение литературы.

Задания для СРС:

Задание 1. Написать реферат на предложенные темы.

1.Инновационные технологии в компьютерной рекламе.

2.Медийная, таргетинговая и контекстная реклама в Интернете.

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 c. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 c. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 c. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 c. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Реклама : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 c. — ISBN

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

2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 с. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

Тема 7. Реклама на выставках.

Цель: ознакомить с видами наружной рекламы и особенностями их использования.

Форма контроля СРС: опрос, конспект, реферат.

Вид самостоятельной работы:

1. подготовка к практическому занятию;
2. конспектирование материалов;
3. самостоятельное изучение литературы.

Задания для СРС:

Задание 1. Провести анализ российских и международных выставок в сфере туризма и гостеприимства.

Рекомендуемая литература.

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

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 c. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 c. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 c. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 c. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 c. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 c. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Методические указания к лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

Тема 8. Рекламная кампания.

Цель: познакомить с особенностями рекламной кампании.

Форма контроля СРС: опрос, проверка конспектов.

Вид самостоятельной работы:

1. подготовка к практическому занятию;
2. конспектирование материалов;
3. самостоятельное изучение литературы.

Задания для СРС:

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

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 с. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 с. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 с. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 с. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. —

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

268 с. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 с. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

Тема 9. Программа продвижения гостиничного предприятия.

Цель: изучить эффективность рекламной деятельности в гостиничном бизнесе.

Форма контроля СРС: опрос, проверка конспектов.

Вид самостоятельной работы:

1. подготовка к практическому занятию;
2. конспектирование материалов;
3. самостоятельное изучение литературы.

Задания для СРС:

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

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».

2. Сулейманова Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 с. — ISBN 978-5-7882-

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

1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 c. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 c. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 c. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 c. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 c. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

Методическая литература:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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

Интернет-ресурсы:

1. http://elibrary.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».

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Список рекомендуемой литературы

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».

2. Сулейманова, Г. В. Реклама в туризме: учебно-методическое пособие / Г. В. Сулейманова ; под редакцией Е. И. Шевченко. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 151 c. — ISBN 978-5-7882-1450-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62656.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 92 c. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 14.05.2021).

Дополнительная литература:

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 c. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99910.html (дата обращения: 14.05.2021).

2. Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 244 c. — ISBN 978-5-4488-0861-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96765.html (дата обращения: 14.05.2021).

3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106582.html (дата обращения: 14.05.2021).

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 c. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68990.html (дата обращения: 14.05.2021).

5. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html (дата обращения: 14.05.2021).

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 c. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html (дата обращения: 14.05.2021).

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

Методическая литература:

Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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».

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

по выполнению курсовой работы
по дисциплине
«РЕКЛАМА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»

Направление подготовки	43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль)	Гостиничная деятельность

Пятигорск
2022

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

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....3
1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....5
2. ВЫБОР ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....7
3. СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....8
4. РУКОВОДСТВО КУРСОВОЙ РАБОТОЙ.....8
5. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....13
6. ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....17
7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА 19
8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ.....20
ПРИЛОЖЕНИЯ 22

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

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 выполняют 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 университете».

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 может послужить основой для дипломной работы либо стать составной ее частью.

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

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.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

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.

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

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 руководителя;

отмечает соответствие работы требованиям высшей школы;

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

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, туристическая деятельность турпредприятия и т.д.), новые идеи и проблемы, возможные подходы к их решению и др.

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

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 собой применение известных в науке (обществе) решений.

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

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

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

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.

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

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, обозначеный 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, утверждается заведующим кафедрой и регистрируется в кафедральном журнале.

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

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

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

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). Точка в конце заголовка не ставится. Главы имеют порядковые номера в пределах всей работы, обозначаемые арабскими цифрами (например: 1,2,3),

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

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, относящиеся ко всей таблице, рекомендуется помещать сразу за последней графы, а под таблицей вместе со словом

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

«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

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

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).

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

Научный руководитель составляет отзыв на курсовую работу студента.

Защищающий курсовую работу студент должен кратко ответить на все

поставленные вопросы, которые возникают у 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 скоросшивателе или в твердом переплете.

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

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-экзаменационную ведомость.

7. Рекомендуемая литература

1. Федеральный закон «О Рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 [Текст] // ПБД «Консультант Плюс 3000». – М.: Приор, 2009. – 56 с.
2. Васильев, Г.А., Поляков, В.А. Основы рекламы [Текст]. – М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2009.
3. Гусаров, Ю.В. Менеджмент рекламы [Текст] / Ю.В. Гусаров М.: Экономика, 2011. – 527с.
4. Дурович, А. П. Реклама в туризме : учеб. пособие [Текст] / А.П. Дурович. - 4-е изд., стер. - Мн.: Новое знание, 2011. - 254 с.
5. Кутлалиев, А., Попов, А. Эффективность рекламы [Текст] / А. Кутлалиев, А. Попов, – М.: Эксмо, 2012. – 416 с.
6. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : [учебник] / Н.С. Морозова, М.А. Морозов. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : Академия, 2012.
7. Овчинникова, Н.Н. Рекламное дело: Учебное пособие [Текст] / Н.Н. Овчинникова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. – 368с.
8. Панкратов, Ф.Г., Баженов, Ю.К., Шахурин, В.Г. Основы рекламы: Учебник. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007.
9. Пименов, П.А. Основы рекламы: учебное пособие [Текст] / П.А. Пименов, М.А. Бондарики, 2009.
10. Ромат, Е. В. Реклама [Текст]. – СПб.: изд-во «Питер», 2008.

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

11. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] / Л. Н. Федотова. – М.: Камерон, 2014. – 320с.

12. Федцов, В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса [Текст] / В.Г. Федцов. – М.: Феникс, 2012. – 512с.

13. Хапенков, В.Н., Сагинова, О.В., Федюнин, Д.В. Организация рекламной деятельности [Текст] / В.Н. Хапенков, О.В. Сагинова, Д.В. Федюнин. – М.: Академия, 2010. – 240с.

14. Шарков, Ф.И., Гостенина, В.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст]. – М., 2007.

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».

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. Продвижение гостиничных услуг средствами интернет-рекламы. Пути совершенствования рекламной деятельности гостиничного предприятия. **Повышенный уровень** Современные виды рекламы в гостиничном бизнесе. Роль туристических выставок в индустрии гостеприимства.

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

	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 гостиничном бизнесе»

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 ТиГД

_____

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 _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

5. Исходные данные:

а) по литературным источникам _____

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
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

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Отзыв

на курсовую работу студента/ки ___курса

Ф.И.О.

тема

Актуальность: курсовая работа посвящена ……

В первой главе ….

Вторая глава ….

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

Проанализирован ….объем 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.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

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

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

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 городам[1].

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

[1] Щербаков, А.В. Кавказские Минеральные Воды: Путеводитель [Текст] / А.В. Щербаков – Ставрополь: Кн. изд-во, 2010. – С. 9.