

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 19.09.2023 15:10:46

Уникальный программный ключ: «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

_____ Т.А. Шебзухова
«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

По дисциплине

Направление подготовки/специальность

Квалификация выпускника

Форма обучения

Год начала обучения

Изучается в 7 семестре

Реклама в гостиничном бизнесе

43.03.03 Гостиничное дело/Гостиничная деятельность

Бакалавр

Очная

2021

Предисловие

1. Фонды оценочных средств ориентированы на оценку достижения результатов обучения, запланированных в образовательной программе, и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе

2. Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации разработан на основе рабочей программы дисциплины «Реклама в гостиничном бизнесе» в соответствии с образовательной программой по направлению подготовки (43.03.03 Гостиничное дело), утвержденной на заседании утверждающей на заседании Учебно-методического совета ФГАОУ ВО СКФУ, протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

3. Разработчик Огаркова И.В., доцент кафедры ТиГД, канл.пед.наук, доцент

4. ФОС рассмотрен и утвержден на заседании кафедры туризма и гостиничного дела, протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

1. ФОС согласован с выпускающей кафедрой туризма и гостиничного дела, протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

2. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель _____ Огаркова И.В., зав кафедрой ТиГД

_____ Шибиченко Г.И., канд.соц.наук, доцент кафедры ГМУ

_____ Козлов В.С., начальник службы приема и размещения ООО ПСКК «Машук-Аква Терм»

Экспертное заключение: фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» соответствует рабочей программе для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и может быть использован для учебного процесса.

«__» _____ 20__ г. _____ И.В. Огаркова

7. Срок действия ФОС _____

Паспорт фонда оценочных средств
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

По дисциплине	Реклама в гостиничном бизнесе
Направление подготовки	43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль)	Гостиничная деятельность
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Год начала обучения	2021
Изучается в 7 семестре	

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
7 семестр						
ПК-8 ПК-9	Самостоятельное изучение литературы	Конспект материалов	Собеседование	11,61	1,29	12,9
	Подготовка к практическим занятиям (круглому столу) по темам № 1, № 6	Сообщение	Доклад	0,54	0,06	0,6
	Выполнение курсовой работы	Текст курсовой работы	Курсовая работа	24,3	2,7	27
Итого за 7 семестр				36,45	4,05	40,5
Итого				36,45	4,05	40,5

Составитель _____ И.В. Огаркова
(подпись)

«__» _____ 20__ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ТиГД
И.В. Огаркова
«__» _____ 201__ г.

**Вопросы для собеседования
по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе»**

Базовый уровень

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

1. Понятие, задачи, функции рекламы в современном обществе
2. Классификация рекламы в системе маркетинговых коммуникаций: основные подходы.

Тема 2. Правовое регулирование рекламной деятельности.

1. Специфика рекламной деятельности в РФ.
2. Основы регулирования рынка рекламы в РФ.
3. Законодательная база рекламной деятельности.

Тема 3. Реклама в СМИ.

1. Понятие и виды рекламы в прессе.
2. Предъявляемые требования к рекламе в прессе.
3. Специфика телевизионной рекламы.
4. Специфика радиорекламы.

Тема 4. Печатная и сувенирная реклама.

1. Особенности создания печатной рекламы.
2. Специфика продвижения рекламных услуг.
3. История возникновения сувенирной рекламы.
4. Виды сувенирной рекламы.

Тема 5. Наружная реклама.

1. Цели и задачи наружной рекламы.
2. Неэффективная и эффективная наружная реклама.

Тема 6. Компьютерная реклама.

1. Использование информационных сетевых технологий в рекламной деятельности.
2. Основные сервисы Интернет и их использование в рекламной деятельности.

Тема 7. Реклама на выставках.

1. Эффективное проведение выставочной деятельности.
2. Основные цели рекламы и PR в выставочной деятельности.

Тема 8. Рекламная кампания.

1. Сущность и понятие рекламной кампании.
2. Принципы планирования рекламной кампании.

Тема 9. Программа продвижения гостиничного предприятия.

1. Критерии эффективности рекламы
2. Особенности продвижения гостиничных услуг.

Повышенный уровень

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

1. Основные функции рекламы в гостиничном бизнесе.
2. Характеристика рекламы в гостиничном бизнесе.

Тема 2. Правовое регулирование рекламной деятельности.

1. Эффективность государственного регулирования рекламной деятельности
2. Проблемы нормативного регулирования рынка рекламы в РФ

Тема 3. Реклама в СМИ.

1. Сущность и цели методов рекламы в прессе, ее основные достоинства и недостатки.
2. Описание рынка молодежной прессы, отдельных изданий, направления развития рекламы в прессе.
3. Психологическое влияние телерекламы.
4. Психологические особенности радиорекламы.

Тема 4. Печатная и сувенирная реклама.

1. Анализ печатной рекламы гостиничного предприятия.
2. Услуги дизайна полиграфической продукции, организация рекламной деятельности.
3. Требования, предъявляемые к сувенирной рекламе.
4. Рекламные сувениры гостиничного предприятия

Тема 5. Наружная реклама.

1. Эффективная наружная реклама и принципы ее создания.
2. Достоинства эффективной наружной рекламы.

Тема 6. Компьютерная реклама.

1. Использование электронной почты в рекламной деятельности гостиничного предприятия.
2. Использование телеконференций в рекламной деятельности гостиничного предприятия.

Тема 7. Реклама на выставках.

1. Организация выставочного пространства, разработка программы, проведение маркетинговых исследований.
2. Преимущества выставочного мероприятия как средства маркетинговых коммуникаций.

Тема 8. Рекламная кампания.

1. Формулирование целей рекламы.
2. Планирование рекламной кампании гостиничного предприятия.

Тема 9. Программа продвижения гостиничного предприятия.

1. Этапы проведения рекламной кампании.
2. Продвижение в системе b2b, b2c, b2g.

1. Критерии оценивания компетенций.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя отбор и изучение литературы по теме собеседования, краткое конспектирование изученного материала.

Собеседование позволяет проверить сформированность компетенции ПК-8. Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания; ПК-9 - способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию базового уровня необходимо подготовить и представить результаты мониторинга в виде статьи или доклада. При ответе на вопросы базового уровня студент должен показать свободное владение основными терминами и понятиями.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию повышенного уровня необходимо подготовить и представить научный доклад и презентацию. Раскрывая содержания вопросов повышенного уровня, необходимо продемонстрировать понимание сути излагаемого.

При подготовке к собеседованию студенту предоставляется право пользования подготовленными им материалами

При проведении собеседования оцениваются: умение вести беседу, уровень владения материалом, грамотность, последовательность изложения материала.

Оценочный лист студента:

Номер варианта	Номер вопроса	Отлично (100%)	Хорошо (80%)	Удовлетворительно (60%)	Неудовлетворительно (0%)
	1				
	2				
	3				
	4				

Составитель _____ И.В. Огаркова
(подпись)

«__» _____ 20__ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ТиГД
И.В. Огаркова
«__» _____ 20__ г.

**Перечень дискуссионных тем для круглого стола
по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе»**

Базовый уровень

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

1. Особенности рекламы на гостиничном предприятии.
2. Классификация и виды рекламы в индустрии гостеприимства.

Тема 7. Реклама на выставках.

1. Роль выставок в гостиничном бизнесе.
2. Классификация выставок.

Тема 9. Программа продвижения гостиничного предприятия.

1. Рекламный бриф.
2. График продвижения гостиничных услуг.

Повышенный уровень

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

1. Понятие, сущность и особенности рекламной работы на предприятии гостиничной индустрии.
2. Классификация рекламы по типу ее спонсора, субъекта коммуникации.

Тема 7. Реклама на выставках.

1. Международные и российские выставки в сфере туризма и гостиничного бизнеса
2. Особенности организации выставочных мероприятий.
3. МИТТ как ведущая международная выставка.

Тема 9. Программа продвижения гостиничного предприятия.

1. Продвижение услуг в Интернете.
2. Специфика разработки программы продвижения.

1. Критерии оценивания компетенций.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их

выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя отбор и изучение литературы по теме собеседования, краткое конспектирование изученного материала.

Собеседование позволяет проверить сформированность компетенции ПК-8. Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания; ПК-9 - способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию базового уровня необходимо подготовить и представить результаты мониторинга в виде статьи или доклада. При ответе на вопросы базового уровня студент должен показать свободное владение основными терминами и понятиями.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию повышенного уровня необходимо подготовить и представить научный доклад и презентацию. Раскрывая содержания вопросов повышенного уровня, необходимо продемонстрировать понимание сути излагаемого.

При подготовке к собеседованию студенту предоставляется право пользования подготовленными им материалами

При проведении собеседования оцениваются: умение вести беседу, уровень владения материалом, грамотность, последовательность изложения материала.

Оценочный лист студента:

Номер варианта	Номер вопроса	Отлично (100%)	Хорошо (80%)	Удовлетворительно (60%)	Неудовлетворительно (0%)
	1				
	2				
	3				
	4				

Составитель _____ И.В. Огаркова
(подпись)

«__» _____ 20__ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ТиГД
И.В. Огаркова
«__» _____ 20__ г.

**Вопросы к экзамену
по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе»**

**Базовый уровень
Вопросы для проверки уровня обученности**

Знать

1. Понятие, сущность, цели и задачи рекламы в гостиничном бизнесе.
2. Функции рекламы в туризме. Требования, предъявляемые к рекламе в гостиничном бизнесе.
3. Понятие целевой аудитории в гостиничном бизнесе.
4. Особенности рекламы на микроуровне и макроуровне.
5. Основные законы рекламы.
6. Классификация рекламы.
7. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
8. Коммерческая пропаганда и реклама.
9. Стимулирование сбыта и реклама.
10. Личная продажа и реклама.

...

Уметь,
Владеть

1. Виды рекламы в прессе.
2. Особенности месторасположения рекламы в прессе.
3. Рекламный текст.
4. Особенности печатной рекламы. Виды печатной рекламы.
5. Виды рекламных сувениров.
6. Преимущество и недостатки радиорекламы. Виды радиорекламы.
7. Особенности телевизионной рекламы. Разновидности телевизионной рекламы.
8. Аудиовизуальная реклама.
9. Преимущества прямой почтовой рекламы. Особенности прямой почтовой рекламы.
10. Понятие «наружная реклама», функции наружной рекламы. Особенности наружной рекламы.

Повышенный уровень

Вопросы для проверки уровня обученности

Знать

1. Реклама и PR.
2. Рекламное законодательство в СКС и Т.
3. Особенности закона «О рекламе» от 13.03. 2006г.
4. Понятие недобросовестной рекламы.
5. Понятие недостоверной рекламы.

6. Рекламное обращение – центральный элемент рекламы.
7. Характеристика и функции рекламных агентств. Классификация рекламных агентств.
8. Основные цели рекламной кампании для гостиничных предприятий.
9. История возникновения и развития рекламы.
10. Психология потребительской мотивации поведения покупателя.

...

Уметь,
Владеть

1. Разновидности наружной рекламы.
2. Особенности компьютерной рекламы. Виды компьютерной рекламы.
3. Роль выставок в гостиничном бизнесе. Классификация выставок.
4. Виды рекламных кампаний.
5. Этапы планирования рекламной кампании.
6. Методы формирования рекламного бюджета.
7. Оценка эффективности рекламной деятельности.
8. Виды эффективности рекламы.
9. Фирменный стиль в рекламе.
10. Разработка рекламных текстов.

1. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ.

Процедура экзамена позволяет проверить сформированность компетенции ПК-8. Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания; ПК-9 - способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

В экзаменационный билет включаются 2 вопроса. Вопросы базового уровня позволяют выявить знание студентами основных терминов и понятий дисциплины, сущности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе. Вопросы повышенного уровня позволяют выявить владение студентами навыками разработки рекламных кампаний, умение дать анализ рекламной деятельности, основываясь на требованиях, предъявляемых к рекламе в сфере туризма. Студент должен быть готов полно и аргументировано отвечать на вопросы экзаменационного билета. На подготовку к ответу на экзаменационный билет студенту отводится 30 минут.

Составитель _____ Огаркова И.В.
(подпись)

«__» _____ 20__ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ТиГД
И.В. Огаркова
«__» _____ 20__ г.

**Оценочные средства для курсовой работы
по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе»**

1. Примерная тематика курсовых работ

Направление деятельности	Примерная тематика
проектная	<p>Базовый уровень</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика печатной рекламы предприятий индустрии гостеприимства. 2. Фирменный стиль как средство формирования имиджа предприятия. 3. Медиапланирование как основа рекламной деятельности гостиничного предприятия. <p>Повышенный уровень</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности рекламы гостиничного предприятия. 2. Веб-сайт как средство продвижения гостиничных услуг. 3. Перспективы развития мобильной рекламы.
организационно-управленческая	<p>Базовый уровень</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организация PR и рекламной деятельности в индустрии гостеприимства. 2. Продвижение гостиничных услуг средствами интернет-рекламы. 3. Пути совершенствования рекламной деятельности гостиничного предприятия. <p>Повышенный уровень</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Современные виды рекламы в гостиничном бизнесе. 2. Роль туристических выставок в индустрии гостеприимства. 3. Специфика продвижения новых гостиничных услуг.
исследовательская	<p>Базовый уровень</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика рекламы в индустрии гостеприимства. 2. Роль рекламы в продвижении гостиничных услуг. 3. Значение рекламы в деятельности санаторно-курортных учреждений. <p>Повышенный уровень</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка рекомендаций по совершенствованию рекламной деятельности гостиничного предприятия. 2. Современное состояние и перспективы развития рекламного рынка. 3. Управление рекламной деятельностью в гостинице.
технологическая	Базовый уровень

	1. Значение наружной рекламы в индустрии гостеприимства. 2. Роль рекламы в формировании имиджа гостиничного предприятия. 3. Роль рекламы и PR в продвижении гостиничных услуг. Повышенный уровень 1. Планирование рекламной деятельности в санатории. 2. Роль рекламы в формировании спроса на гостиничные услуги. 3. Специфика формирования потребительского спроса на гостиничные услуги средствами рекламы.
сервисная	Базовый уровень 1. Роль полиграфической рекламы в продвижении гостиничных услуг на рынке. 2. Роль наружной рекламы в продвижении гостиничного предприятия. 3. Разработка рекламной кампании для гостиницы. Повышенный уровень 1. Современные виды наружной рекламы в гостиничном бизнесе. 2. Особенности планирования рекламной деятельности гостиничных предприятий. 3. Специфика выбора рекламных средств для продвижения гостиничных услуг.

2. Структура работы

Раздел 1. Теоретико-аналитический

Уровень обученности	Формулировка задания	Контролируемые компетенции или их части							
		Общекультурные компетенции				Профессиональные компетенции			
Знать	Задание 1. Понятия и основные термины.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 2. Классификация видов рекламы.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 3. Правовое регулирование рекламы.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
Уметь	Задание 1. Провести анализ терминологии	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 2. Отобрать необходимый материал	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 3. Выявить специфику рекламной деятельности.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
Владеть	Задание 1. Основы рекламной деятельности.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 2. Анализ литературы по рекламе.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 3. Методы исследования рекламной деятельности.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-

Раздел 2. Научно-исследовательский

Уровень обученности	Формулировка задания	Контролируемые компетенции или их части							
		Общекультурные компетенции				Профессиональные компетенции			
Знать	Задание 1. Особенности организации рекламной деятельности в гостиничном бизнесе.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 2. Особенности использования отдельных видов рекламы.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 3. Психологические основы рекламной деятельности.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
Уметь	Задание 1. Проанализировать рекламную деятельность гостиничного предприятия.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 2. Недостатки и достоинства каждого рекламного средства.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 3. Разработать рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности гостиничного предприятия.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
Владеть	Задание 1. Планирование и организация рекламной кампании	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 2. Методы формирования рекламного бюджета.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-
	Задание 3. Разработка рекомендаций.	-	-	-	-	ПК-8 ПК-9	-	-	-

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если в курсовой работе студент показывает знания основ организации рекламного дела, средств и носителей рекламы, основных актов, регламентирующих рекламную деятельность в гостиничном бизнесе; основных понятий рекламной деятельности; особенностей организации рекламной деятельности в гостиничном бизнесе. Умеет осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний, осуществлять выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления; использовать творческий потенциал; разрабатывать рекламные мероприятия в гостиничном бизнесе; проводить анализ проделанной работы. Владеет навыками разработки рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов и т.п.; навыками проведения рекламных кампаний; навыками использования творческого потенциала в рекламной деятельности.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы,

все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курсовой работы освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство заданий выполнено, но в них имеются существенные недочеты, при защите курсовой работы студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении материала курсовой работы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если в работе отсутствуют знания основ организации рекламного дела, основных актов, регламентирующих рекламную деятельность в гостиничном бизнесе, необходимые практические компетенции не сформированы, не владеет навыками разработки рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов и т.п.; навыками проведения рекламных кампаний, большинство предусмотренных курсовой работой заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

4. Описание шкалы оценивания

Максимальная сумма баллов по **курсовой работе** устанавливается в **100** баллов и переводится в оценку по 5-балльной системе в соответствии со шкалой:

Шкала соответствия рейтингового балла 5-балльной системе

Рейтинговый балл	Оценка по 5-балльной системе
88 – 100	Отлично
72 – 87	Хорошо
53 – 71	Удовлетворительно
<53	Неудовлетворительно

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия осуществляется в соответствии Положением о выполнении и защите курсовых работ (проектов) в СКФУ.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить сформированность компетенции ПК-8. Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания; ПК-9 - способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

Для выполнения **курсовой работы** отводится не менее двух месяцев.

При проверке задания оцениваются:

- умение изучать и обобщать литературные источники;
- умение собирать, анализировать и обрабатывать информацию;
- умение определять практические задачи;
- умение делать выводы и формулировать рекомендации;
- оформление работы.

При защите работы оцениваются:

- 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.

Составитель _____ И.В. Огаркова

(подпись)

«__» _____ 20__ г.