

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 15:57:58

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 для обучающихся
по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе»
для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль): «Гостиничная деятельность»
«Инновационные технологии в гостиничной деятельности»**

(для очной формы обучения)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	Error! Bookmark not defined.
Технологическая карта самостоятельной работы студента	4
Методические рекомендации по изучению литературы	5
Методические рекомендации к самостоятельной работе.....	7
Список рекомендуемой литературы.....	23

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 семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) оценку самостоятельной работы в качестве поощрительной составляющей для промежуточной и итоговой аттестации студентов. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

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

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

Формами контроля могут быть проверка доклада, сообщения, реферата.

Самостоятельная работа студентов направлена на формирование 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

Технологическая карта самостоятельной работы студента

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
7семестр						
ПК-8, ПК-9	Самостоятельное изучение литературы	Конспект материалов	Собеседование	9	2,7	11,7
	Подготовка сообщения к круглому столу по темам № 1, № 7, №9	Сообщение	Доклад	1,2	0,6	1,8
	Подготовка курсовой работы	Текст курсовой работы	Курсовая работа	24,25	2,75	27
Итого за 7 семестр				34,45	6,05	40,5
Итого				34,45	6,05	40,5

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

При изучении теоретического материала требуется составление конспекта.

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

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

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

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

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

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

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,

- тематический.

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

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

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

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

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

Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне 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.

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 туристической индустрии;
б) органами государственной власти;
в) муниципальными органами управления туризмом;
г) все варианты правильные.

3. Основные законы рекламы разработаны:

- а) Мерфи; б) Бриццоном; 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. Дестинация - это:

- а) управление спросом;
б) привлекательный туристский регион;

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

10. Особенности 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 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.
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).

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.

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 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 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.

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) фальдер;
- 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. Бородин, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородин, 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.

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.
3. Укажите, что не относится к 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:

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.

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 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.

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.

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 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 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. — 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 978-5-7882-1450-4. — 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. Бородин, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородин, 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.
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».

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 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.

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».