

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 14:54:47

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.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Реклама в гостиничном бизнесе

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Направление подготовки/специальность 43.03.03 Гостиничное дело/Гостиничная деятельность

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения очная

Год начала обучения **2021**

Изучается в 7 семестре

г. Пятигорск 2021 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Программа дисциплины «Реклама в гостиничном бизнесе» предназначена для бакалавров направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Целью данной дисциплины является вооружение студентов необходимым минимумом знаний в области рекламно-информационной деятельности, подготовка специалистов, способных профессионально решать конкретные задачи в рекламном бизнесе.

Задачами освоения дисциплины «Реклама в гостиничном бизнесе» являются:

- передача знаний об истории развития рекламного дела в России, видах современной рекламы, способах ее создания;
- изучение специфики организации и проведения рекламных кампаний;
- обучение планированию рекламной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части дисциплин Блока Б1.В (Б1.В.18) подготовки бакалавра по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело». Ее освоение происходит в 7 семестре.

3. Связь с предшествующими дисциплинами

Дисциплина «Реклама в гостиничном бизнесе» опирается на базовые знания, полученные по дисциплинам: «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе», «Маркетинг гостиничного предприятия».

4. Связь с последующими дисциплинами

Изученный по данной дисциплине материал является базой для изучения дисциплины «Гостиничный бизнес».

5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

5.1 Наименование компетенций

Индекс	Формулировка	Индикаторы
<i>Профессиональные компетенции</i>		
ПК-8	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания	ПК-8.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства ПК-8.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений ПК-8.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания ПК-8.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия
ПК-9	Способен к интернет продвижению организаций сферы гостеприимства	ПК-9.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

	общественного питания	ПК-9.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет ПК-9.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
--	-----------------------	---

1.1 5.2. Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: - особенности продвижения гостиничных услуг; - особенности оценивания эффективности программ продвижения; - особенности разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства. Уметь: - продвигать услуги организаций сферы гостеприимства; - оценивать эффективность программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства. Владеть: - навыками разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками оценки эффективности программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.	ПК-9
Знать: - основы формирования гостиничного продукта; - специфику гостиничных услуг; - методы анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств размещения. Уметь: - проводить анализ системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства - принимать участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений	ПК-8

Владеть: - навыками разработки мер по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. - навыками выбора систем автоматизации предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, анализа основных показателей деятельности предприятия	
---	--

6. Объем учебной дисциплины

Объем занятий: Итого 108 ч. 4 з.е.

В том числе аудиторных 40,5 ч.

Из них:

Лекций 13,5 ч.

Лабораторных работ - ч.

Практических занятий 27 ч.

Самостоятельной работы 40,5 ч.

Курсовая работа 7 семестр

Экзамен 7 семестр 27 ч.

7. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества астрономических часов и видов занятий

7.1 Тематический план дисциплины

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов					Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	консультации	Групповые	
7 семестр								
1	Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме.	ПК-8 ПК-9	1,5	1,5		-	3	
2	Классификация рекламы в туризме	ПК-8 ПК-9	-	1,5		-	1,5	
3	Правовое регулирование рекламной деятельности.	ПК-8 ПК-9	1,5	1,5		-	3	
4	Закон «О рекламе»	ПК-8 ПК-9	-	1,5		-	1,5	

5	Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга.	ПК-8 ПК-9	1,5	1,5		-	3
6	Реклама в СМИ.	ПК-8 ПК-9	-	1,5			1,5
7	Печатная и сувенирная реклама.	ПК-8 ПК-9	1,5	1,5		-	3
8	Наружная реклама.	ПК-8 ПК-9	-	1,5		-	1,5
9	Компьютерная реклама.	ПК-8 ПК-9	1,5	1,5		-	3
10	Реклама в социальных сетях	ПК-8 ПК-9	-	1,5			1,5
11	Реклама на выставках.	ПК-8 ПК-9	1,5	1,5		-	3
12	Основы разработки рекламных объявлений и текстов.	ПК-8 ПК-9	-	1,5		-	1,5
13	Рекламная кампания.	ПК-8 ПК-9	1,5	1,5		-	3
14	Этапы планирования и организации рекламной кампании	ПК-8 ПК-9	-	1,5		-	1,5
15	Программа продвижения туристского продукта	ПК-8 ПК-9	1,5	1,5		-	3
16	Разработка рекламного брифа	ПК-8 ПК-9	-	1,5		-	1,5
17	Разработка рекламного бюджета	ПК-8 ПК-9	1,5	1,5		-	3
18	Виды и функции рекламного агентства	ПК-8 ПК-9	-	1,5		-	1,5
	Экзамен	ПК-8 ПК-9	-	1,5		-	27
	Итого за 7 семестр		13,5	27	-	-	67,5
	Итого		13,5	27	-	-	67,5

7.2 Наименование и содержание лекций

№	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Интерактивная форма проведения
	7 семестр	13,5	-
1	Тема 1. Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме. Многообразие понятия рекламы Участники рекламного процесса. Основные законы рекламы. История появления рекламы.	1,5	-
2	Тема 2. Классификация рекламы в туризме. Виды рекламы. Особенности классификации.	-	-
3	Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности.	1,5	Лекция-презентация

	Современное регулирование рекламного дела в туризме на современном этапе. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг.		
4	Тема 4. Закон «О рекламе». Основные положения закона «О рекламе». Ответственность сторон.	-	-
6	Тема 5. Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга. Характеристика системы маркетинговых коммуникаций и ее цели. Главные элементы комплекса маркетинга. Личные продажи. Вопросы стимулирования в рекламе. Коммерческая пропаганда и PR.	1,5	
6	Тема 6. Реклама в СМИ. Реклама в прессе. Виды рекламы в прессе. Особенности текста. Прямая почтовая реклама. Особенности и виды телерекламы. Особенности и виды радиорекламы. Особенности разработки текстов.	-	-
7	Тема 7. Печатная и сувенирная реклама. Особенности печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Виды рекламных сувениров.	1,5	Лекция-беседа
8	Тема 8. Наружная реклама. Особенности наружной рекламы. Разновидности наружной рекламы. Правила размещения наружной рекламы.	-	-
9	Тема 9. Компьютерная реклама. Особенности и виды компьютерной рекламы. Специфика создания сайтов для продвижения услуг турпредприятия.	1,5	Лекция-презентация
10	Тема 10. Реклама в социальных сетях. Виды рекламы в социальных сетях. Особенности рекламы турпредприятий в социальных сетях.	-	-
11	Тема 11. Реклама на выставках. Роль выставок в туризме. Учет категорий посетителей при подготовке рекламного материала на выставку. Подготовка рекламно-информационных материалов.	1,5	-
12	Тема 12. Основы разработки рекламных объявлений и текстов. Виды слоганов. Формы рекламных текстов. Креатив в рекламе. Создание УТП	-	-
13	Тема 13. Рекламная кампания. Основные цели рекламной кампании в туристическом бизнесе. Планирование рекламы. Виды рекламных кампаний.	1,5	-
14	Тема 14. Этапы планирования и организации рекламной кампании. Основные этапы организации рекламной кампании. Эффективность рекламной деятельности в туризме.	-	-
15	Тема 15. Программа продвижения туристского продукта Продвижение туристского продукта. Учет особенностей целевой аудитории при разработке программы продвижения турпродукта. Конкурентные преимущества турпродукта.	1,5	-

16	Тема 16. Разработка рекламного брифа. Рекламный бриф. Особенности разработки рекламного брифа.	-	-
17	Тема 17. Разработка рекламного бюджета Методы формирования рекламного бюджета.	1,5	-
18	Тема 18. Виды и функции рекламного агентства Виды рекламных агентств. Критерии выбора рекламного агентства.	-	-
	Итого за 7 семестр	13,5	4,5
	Итого	13,5	4,5

7.3 Наименование лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

7.4 Наименование практических занятий

№ Темы	Наименование тем практических занятий	Объем часов	Интерактивная форма проведения
7 семестр			
1	Практическое занятие № 1. Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме	1,5	Круглый стол
2	Практическое занятие № 2. Классификация рекламы в туризме.	1,5	
3	Практическое занятие № 3. Правовое регулирование рекламной деятельности.	1,5	-
4	Практическое занятие № 4. Закон «О рекламе».	1,5	
6	Практическое занятие № 5. Понятие системы маркетинговых коммуникаций.	1,5	-
6	Практическое занятие № 6. Реклама в СМИ.	1,5	
7	Практическое занятие № 7. Печатная и сувенирная реклама.	1,5	-
8	Практическое занятие № 8. Наружная реклама.	1,5	
9	Практическое занятие № 9. Компьютерная реклама	1,5	-
10	Практическое занятие № 10. Реклама в социальных сетях.	1,5	
11	Практическое занятие № 11. Реклама на выставках.	1,5	Круглый стол
12	Практическое занятие № 12. Основы разработки рекламных объявлений и текстов.	1,5	
13	Практическое занятие № 13. Рекламная кампания.	1,5	-
14	Практическое занятие № 14. Этапы планирования и организации рекламной кампании.	1,5	
15	Практическое занятие № 15. Программа продвижения туристского продукта.	1,5	-
16	Практическое занятие № 16. Разработка рекламного брифа.	1,5	
17	Практическое занятие № 17. Разработка	1,5	-

	рекламного бюджета.		
18	Практическое занятие № 18. Виды и функции рекламного агентства	1,5	
Итого за 7 семестр		27	3
Итого		27	3

7.5 Технологическая карта самостоятельной работы обучающегося

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

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

8.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО. Паспорт фонда оценочных средств

Код оцениваемой компетенции (или её части)	Этап формирования компетенции (№ темы)	Средства и технологии оценки	Тип контроля	Вид контроля	Наименование оценочного средства
ПК-8 ПК-9	1-18	собеседование	текущий	устный	Вопросы для собеседования
ПК-8 ПК-9	1-18	курсовая работа	текущий	письменный	Оценочные средства для курсовой работы
ПК-8 ПК-9	1-18	экзамен	промежуточный	устный	Вопросы к экзамену

8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Дескрипторы			
		2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
ПК-9. Способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания					
Базовый	Знать: - особенности продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, - особенности оценивания эффективности программ продвижения; - особенности разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.	Частично знает: - особенности продвижения услуг организаций сферы гостеприимства, - особенности оценивания эффективности программ продвижения; - особенности разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.	В общем знает: - особенности продвижения услуг организаций сферы гостеприимства, - особенности оценивания эффективности программ продвижения; - особенности разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.	В целом знает: - особенности продвижения услуг организаций сферы гостеприимства, - особенности оценивания эффективности программ продвижения; - особенности разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.	
	Уметь: - продвигать услуги организаций сферы гостеприимства; - оценивать эффективность программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.	Частично умеет: - продвигать услуги организаций сферы гостеприимств а; - оценивать эффективность программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимств а.	В общем умеет: - продвигать услуги организаций сферы гостеприимств а; - оценивать эффективность программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимств а.	В целом умеет: - продвигать услуги организаций сферы гостеприимства; - оценивать эффективность программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.	
	Владеть: - навыками разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками оценки эффективности программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками продвижения услуг организаций	Частично - - навыками разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимств а; - навыками оценки эффективности программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимств а; - навыками	В общем владеет: - навыками разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимств а; - навыками оценки эффективности программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимств а; - навыками	В целом владеет: - навыками разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками оценки эффективности программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками продвижения услуг	

	сферы гостеприимства.	продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.	продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.	организаций сферы гостеприимства.	
Повышенный	Знать: - особенности продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, - особенности оценивания эффективности программ продвижения; - особенности разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.				Полностью знает: - особенности продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, - особенности оценивания эффективности программ продвижения; - особенности разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.
	Уметь: - продвигать услуги организаций сферы гостеприимства; - оценивать эффективность программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.				Полностью умеет: - продвигать услуги организаций сферы гостеприимства; - оценивать эффективность программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.

	Владеть: навыками разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками оценки эффективности программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.				Полностью владеет: навыками разработки программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками оценки эффективности программ продвижения услуг организаций сферы гостеприимства; - навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства.
--	--	--	--	--	---

ПК-8. Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания

базовый	Знать: - основы формирования гостиничного продукта; - специфику гостиничных услуг; - методы анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств размещения.	Частично знает: - основы формирования гостиничного продукта; - специфику гостиничных услуг; - методы анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств размещения.	В общем знает: - основы формирования гостиничного продукта; - специфику гостиничных услуг; - методы анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств размещения.	В целом знает: - основы формирования гостиничного продукта; - специфику гостиничных услуг; - методы анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств размещения.	
	Уметь: анализировать конкурентную среду гостиниц и иных средств размещения	Частично умеет: анализировать конкурентную среду гостиниц и иных средств размещения	В общем умеет: анализировать конкурентную среду гостиниц и иных средств размещения	В целом умеет: анализировать конкурентную среду гостиниц и иных средств размещения	
	Владеть: - навыками анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств	Частично владеет: - навыками анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств	В общем владеет: - навыками анализа конкурентной среды гостиниц и	В целом владеет: - навыками анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств	

	размещения.	размещения.	иных средств размещения.	размещения.	
повышенный	Знать: - основы формирования гостиничного продукта; - специфику гостиничных услуг; - методы анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств размещения.				Полностью знает: - основы формирования гостиничного продукта; - специфику гостиничных услуг; - методы анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств размещения.
	Уметь: анализировать конкурентную среду гостиниц и иных средств размещения				Полностью умеет: анализировать конкурентную среду гостиниц и иных средств размещения
	Владеть: навыками - навыками анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств размещения.				Полностью владеет: - навыками анализа конкурентной среды гостиниц и иных средств размещения.

Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
7 семестр			
1	Собеседование по темам 1-5	3 неделя	20
2	Собеседование по темам 6-12	5 неделя	20
3	Собеседование по темам 13-18	8 неделя	15
	Итого за 7 семестр		55
	Итого		55

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным 55. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100

Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

Промежуточная аттестация в форме экзамена предусматривает проведение обязательной экзаменационной процедуры и оценивается 40 баллами из 100. В случае если рейтинговый балл студента по дисциплине по итогам семестра равен 60, то программой автоматически добавляется 32 премиальных балла и выставляется оценка «отлично». Положительный ответ студента на экзамене оценивается рейтинговыми баллами в диапазоне от 20 до 40 ($20 \leq S_{\text{экз}} \leq 40$), оценка меньше 20 баллов считается неудовлетворительной.

Шкала соответствия рейтингового балла экзамена 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	Оценка по 5-балльной системе
35 – 40	Отлично
28 – 34	Хорошо
20 – 27	Удовлетворительно

Итоговая оценка по дисциплине, изучаемой в одном семестре, определяется по сумме баллов, набранных за работу в течение семестра, и баллов, полученных при сдаче экзамена:

Шкала пересчета рейтингового балла по дисциплине
в оценку по 5-балльной системе

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

Промежуточная аттестация в форме курсовой работы

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

8.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Вопросы к экзамену (7 семестр)

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.
Знать	Повышенный уровень Вопросы для проверки уровня обученности 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.

Тематика курсовых работ

Базовый уровень

1. Специфика рекламы в индустрии гостеприимства.
2. Роль рекламы в продвижении гостиничных услуг.
3. Значение рекламы в деятельности санаторно-курортных учреждений.
4. Организация PR и рекламной деятельности в индустрии гостеприимства.

5. Продвижение гостиничных услуг средствами интернет-рекламы.
6. Пути совершенствования рекламной деятельности гостиничного предприятия.
7. Роль полиграфической рекламы в продвижении гостиничных услуг на рынке.
8. Роль наружной рекламы в продвижении гостиничного предприятия.
9. Разработка рекламной кампании для гостиницы
10. Специфика печатной рекламы предприятий индустрии гостеприимства.
11. Фирменный стиль как средство формирования имиджа предприятия.
12. Медиапланирование как основа рекламной деятельности гостиничного предприятия.
13. Значение наружной рекламы в индустрии гостеприимства.
14. Роль рекламы в формировании имиджа гостиничного предприятия.
15. Роль рекламы и PR в продвижении гостиничных услуг.

Повышенный уровень

1. Особенности рекламы гостиничного предприятия.
2. Веб-сайт как средство продвижения гостиничных услуг.
3. Перспективы развития мобильной рекламы.
4. Современные виды рекламы в гостиничном бизнесе.
5. Роль туристических выставок в индустрии гостеприимства.
6. Специфика продвижения новых гостиничных услуг.
7. Современные виды наружной рекламы в гостиничном бизнесе.
8. Особенности планирования рекламной деятельности гостиничных предприятий.
9. Специфика выбора рекламных средств для продвижения гостиничных услуг.
10. Разработка рекомендаций по совершенствованию рекламной деятельности гостиничного предприятия.
11. Современное состояние и перспективы развития рекламного рынка.
12. Управление рекламной деятельностью в гостинице.
13. Планирование рекламной деятельности в санатории.
14. Роль рекламы в формировании спроса на гостиничные услуги.
15. Специфика формирования потребительского спроса на гостиничные услуги средствами рекламы.

8.4 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 - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в СКФУ.

В экзаменационный билет включаются 2 вопроса. На подготовку к ответу на экзаменационный билет студенту отводится 30 минут.

Текущая аттестация студентов проводится преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине. К практическому занятию студент должен подготовить ответы на вопросы, выполнить задания по теме занятия. Максимальное количество баллов студент получает, если он активно участвует в работе, владеет материалом, умеет логично и четко излагать мысли, творчески подходит к решению основных вопросов темы, показывает самостоятельность мышления.

Основанием для снижения оценки являются:

- слабое знание темы и основной терминологии;
- пассивность участия в групповой работе;

- отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач.

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.

Критерии оценивания результатов самостоятельной работы приведены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе».

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

На первом этапе необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, в которой рассмотрено содержание тем практических занятий, темы и виды самостоятельной работы. По каждому виду самостоятельной работы предусмотрены определённые формы отчетности

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить следующие виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
		Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	Самостоятельное изучение литературы	1	1-2	1-4	1-5
2	Подготовка сообщения к круглому столу по темам № 1, № 7, № 9	1	1-2	1-4	1-5
3	Подготовка курсовой работы	1	1-2	1-4	1-5

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

10.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

10.1.1. Перечень основной литературы:

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».

10.1.2. Перечень дополнительной литературы:

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

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

10.2 Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

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.

10.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

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».

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программное обеспечение: ОС Microsoft Windows Professional Russian, Microsoft Office Russian License.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- учебные, лекционные аудитории;
- мультимедийное оборудование для чтения лекций и проведения семинарских занятий;
- компьютерный класс с выходом в Интернет.