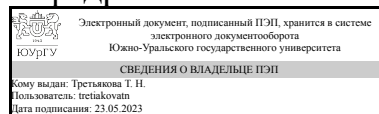


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



Т. Н. Третьякова

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.08 Реклама в туризме и гостиничном сервисе  
для направления 43.03.02 Туризм

уровень Бакалавриат

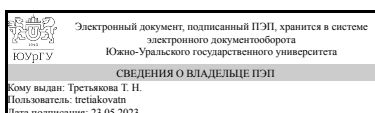
профиль подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

форма обучения очная

кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

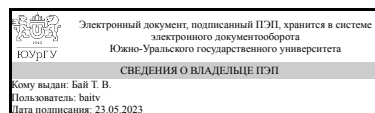
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 516

Зав.кафедрой разработчика,  
д.пед.н., проф.



Т. Н. Третьякова

Разработчик программы,  
к.пед.н., доц., доцент



Т. В. Бай

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование теоретических знаний и практических навыков по основам рекламной деятельности в туризме и гостеприимстве с учетом специфики конкретного региона. Задачи обучения формулируются в соответствии со структурой дисциплины, включающей два раздела: – освоение общих основ создания и продвижения туристского или гостиничного продукта; – формирование практических навыков работы с различными формами, видами и средствами рекламной деятельности для целей туризма и гостеприимства.

## Краткое содержание дисциплины

Классификация рекламных средств для целей индустрии туризма и гостеприимства. Маркетинг и менеджмент рекламной деятельности в туризме и гостеприимстве. Творчество в создании рекламы. Особенности разработки рекламного продукта для целей туризма и гостеприимства. Рекламная деятельность на выставках. Рекламные кампании для целей туризма и гостеприимства.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                                      | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-2 способен разрабатывать туристский продукт на основе современных технологий          | Знает: основные инструменты рекламы, порядок организации переговоров с партнерами с целью рекламы нового туристского продукта/услуги<br>Умеет: разработать и внедрить рекламную кампанию нового туристского продукта/услуги<br>Имеет практический опыт: разработки и ведения рекламной кампании нового туристского продукта/услуги                                                                                                     |
| ПК-4 способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий | Знает: понятие и сущность рекламной деятельности в туристской индустрии<br>Умеет: составлять рекламную стратегию предприятия и разрабатывать рекламные материалы для продвижения товаров и услуг предприятий туристской индустрии и гостиничного сервиса<br>Имеет практический опыт: разработки рекламных материалов и продвижения товаров и услуг на потребительский рынок                                                            |
| ПК-5 способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации            | Знает: виды участников рекламного процесса и выполняемые ими функции<br>Умеет: использовать полученные теоретические знания при подготовке к осуществлению рекламных коммуникаций с потребителями услуг предприятий индустрии туризма и гостеприимства<br>Имеет практический опыт: рекламных коммуникаций с потребителями услуг предприятий индустрии туризма и гостеприимства, бизнес-партнерами и различными контактными аудиториями |

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Перечень последующих дисциплин, видов работ                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Инновации в туризме и гостиничном сервисе,<br>Технологии туроперейтинга,<br>Практикум по виду профессиональной деятельности,<br>Особо охраняемые природные территории для туризма и рекреации,<br>Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме,<br>Основы курортного дела,<br>Организация культурно-досуговой деятельности,<br>Организация экскурсионного обслуживания,<br>Информационное сопровождение экскурсионных услуг,<br>Производственная практика (проектно-технологическая) (6 семестр),<br>Производственная практика (сервисная) (4 семестр) | Документационное обеспечение управления предприятиями в индустрии туризма и гостеприимства,<br>Безопасность в индустрии туризма и гостеприимства,<br>Производственная практика (преддипломная) (8 семестр) |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина                | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Основы курортного дела    | Знает: понятие «рекреационный» туризм, разнообразие видов и форм рекреационного туризма, ресурсную составляющую санаторно-курортных организаций для разработки туристского продукта/услуги, понятие, сущность и классификацию санаторно-курортных организаций мира, России и региона<br>Умеет: разрабатывать услуги рекреационного туризма, организовывать и проводить рекреационные мероприятия, осуществлять разработку туристского продукта/услуги на базе санаторно-курортных организаций, выявлять специализацию и дислокацию санаторно-курортных организаций на территории России и региона<br>Имеет практический опыт: по организации рекреационного туризма в санаторно-курортных организациях, поиска и выбора санаторно-курортных организаций в разработки оздоровительных туров, подбора оптимальных санаторно-курортных услуг в рамках поставленной цели и запросов потребителя |
| Технологии туроперейтинга | Знает: технологии разработки туристских продуктов/услуг на рынке внутреннего, въездного и выездного туризма, основные понятия туристского рынка, схему туристского кругооборота; место и роль туроператоров и                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                  | <p>агентов на туристском рынке и в туристской индустрии; понятие и основные функции туроператоров и агентов; отличия туроператорской и турагентской деятельности; распределение турпродукта; взаимоотношения туроператоров и турагентов; подходы к классификации туроператоров и агентов, особенности турпродукта как комплекса туристских услуг и результата агентско-операторского производства; уровни и формы туристского продукта; основы управления туристским продуктом и его жизненным циклом в рамках товарно-ассортиментной политики туроператоров и турагентов, формы представления ассортимента туроператора</p> <p>Умеет: компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, разрабатывать предложения по формированию ассортимента туристских продуктов: программ обслуживания, маршрутов и структуры поездок (в зависимости от целей поездок); формировать предложение туроператоров на основе рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения, разрабатывать предложения по формированию ассортимента туристских продуктов: программ обслуживания, маршрутов и структуры поездок; формировать предложение туроператоров</p> <p>Имеет практический опыт: разработки туристских продуктов/услуг на рынке внутреннего, въездного и выездного туризма, формирования ассортимента туристских услуг и продуктов; навыками решения практических задач, связанных с организацией путешествия; навыками получения, анализа и использования информации, а также современными информационными технологиями, необходимыми для организации путешествия, формирования ассортимента туристских услуг и продуктов; реализации туристского продукта с использованием современных информационных и технологий</p> |
| <p>Инновации в туризме и гостиничном сервисе</p> | <p>Знает: основные категории инноватики и научные подходы к инновационному проектированию и созданию моделей туристского обслуживания, современные инновационные технологические процессы создания и разработки туристских продуктов/услуг, методы, средства и технологии инновационного процесса и его этапы</p> <p>Умеет: создавать модели туристских продуктов на основе инновационного подхода к содержанию программ туристского обслуживания и технологий оказания услуг, проектировать модели инновационных туристских продуктов/услуг на основе современных</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                          | технологий, проектировать инновационный туристский продукт при заданных критериях с использованием информационных технологий Имеет практический опыт: инновационного проектирования и моделирования с целью продвижения туристского продукта, инновационного проектирования и моделирования на основе современных технологий, применения современных информационных технологий при разработке инновационных туристских продуктов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Информационное сопровождение экскурсионных услуг         | Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижения экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижения новых экскурсионных программ и услуг                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме | Знает: основные виды программных продуктов для работы с текстовыми, графическими, статистическими, изобразительными данными и их особенности, основные виды программных продуктов для продвижения туристского продукта, телекоммуникационные системы и компьютерные сети в туризме; туристские информационные системы Умеет: осуществлять эффективный информационный поиск в глобальных информационных сетях, использовать возможности современных информационных технологий для продвижения туристского продукта, осуществлять деловую коммуникацию с использованием телекоммуникационные системы и туристских информационных систем Имеет практический опыт: работы в текстовых и графических редакторах, базах данных, программах для обработки статистических данных, сервисах Интернета, работы с программными средствами для продвижения туристского продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презентаций), использования информационно-коммуникативных и ГИС-технологий для осуществления делового общения и |

|                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                      | <p>профессиональной деятельности в туризме</p> <p>Знает: понятия «пакет услуг (тур)», «класс обслуживания», «туристский маршрут» (типы туристских маршрутов), «программа обслуживания», сущность и социальную значимость профессии; требования к профессиональной подготовленности в сфере сервиса и туризма, технологии проектирования туристского продукта/программы/услуги при заданных критериях и нормативных требованиях, классификацию туроператоров и турагентов, технологические процессы взаимодействия туроператоров и турагентов на всех этапах формирования и продвижения туристского продукта Умеет: продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий, осуществлять поиск, сбор и структурирование информации, необходимой для решения профессиональных задач, ставить задачи проектирования туристского продукта при заданных критериях и нормативных требованиях; разрабатывать туристский продукт с учетом технологических, социально-экономических и других требований, организовывать реализацию проектов туристских продуктов, взаимодействие туроператора и турагента Имеет практический опыт: продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий, существующими технологиями профессиональной деятельности для планирования собственной стратегии профессионального развития, проектирования программ туров, экскурсионных программ и другие продуктов туристской деятельности, организации и методами формирования ассортимента туристских продуктов</p> |
| <p>Практикум по виду профессиональной деятельности</p>               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>Особо охраняемые природные территории для туризма и рекреации</p> | <p>Знает: понятие, сущность и классификацию особо охраняемых природных территорий мира, России и региона, понятие «экологический» туризм, разнообразие видов и форм экотуризма, ресурсную составляющую особо охраняемых природных территорий для разработки туристского продукта/услуги Умеет: выявлять специфику и дислокацию особо охраняемых природных территорий на территории России и региона, разрабатывать маршруты экологического туризма, экологических троп, разрабатывать содержание экомаршрутов в соответствии с концепцией экотуризма, осуществлять разработку туристского продукта/услуги на особо охраняемых природных территориях Имеет практический опыт: оценки туристского потенциала особо</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                   | охраняемых природных территория для целей туризма и рекреации, по организации экологического туризма в национальных парках и природных территориях, определения потенциально возможных особо охраняемых природных территорий для создания туристских продуктов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Организация экскурсионного обслуживания           | Знает: культурные нормы и ограничения с учетом обычаев, традиций и этикета, существующих в других культурах (странах) и регионах, понятие и сущность общения в экскурсионной и туристской деятельности, понятие и сущность экскурсионной деятельности в туризме Умеет: строить программы обслуживания с учетом личностных психотипов представителей иной культуры на основе толерантности к другим культурам, языкам и религиям, применять клиентоориентированные технологии при организации экскурсионного обслуживания, разрабатывать экскурсии и программы экскурсионного обслуживания Имеет практический опыт: разработки экскурсионных программ, с учетом межкультурных норм и ограничений, коммуникации в экскурсионной деятельности, проектирования экскурсионных программ и трансферов на основе современных технологий                                                                                                                                                                                                                                 |
| Организация культурно-досуговой деятельности      | Знает: методику массовых форм культурно-досуговых программ; частные методики в культурно-досуговой деятельности (массовые, групповые, индивидуальные), технологии разработки и проведения анимационных и культурно-досуговых программ в туризме, сущность и формы социального взаимодействия при организации анимационной и культурно-досуговой деятельности Умеет: осуществлять постановку групповых и индивидуальных форм культурно-досуговой деятельности при проектировании и реализации турпродукта, разрабатывать и проводить анимационные и культурно-досуговые программы для туристов, взаимодействовать в команде при организации анимационной и культурно-досуговой деятельности Имеет практический опыт: организации массового отдыха и досуга населения; использования сценарно-режиссерских технологий организации и проведения праздничных форм досуга, разработки и реализации анимационных и культурно-досуговых программ для туристов, организации культурно-досуговой деятельности как с группами туристов, так и с индивидуальными туристами |
| Производственная практика (сервисная) (4 семестр) | Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, основные                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                         | <p>принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии</p> <p>Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в процессе обслуживания потребителя, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с современными тенденциями мировой туриндустрии, анализировать условия деятельности при организации и разработке туров; осуществлять командный процесс обслуживания потребителей туристских услуг</p> <p>Имеет практический опыт: коммуникации в процессе обслуживания потребителей туристских услуг, выполнения квалификационных требований, должностных инструкций и норм корпоративной культуры предприятий туриндустрии, безопасного обслуживания потребителя туристских услуг, на основе международных и российских нормативно-правовых актов, и внутренних стандартов предприятия, реализации технологических процессов в туристской деятельности и в процессе обслуживания потребителей туристских услуг, реализации технологического цикла обслуживания потребителей на основе клиентоориентированных технологий</p> |
| <p>Производственная практика (проектно-технологическая) (6 семестр)</p> | <p>Знает: основы, методы и практики самоменеджмента, запросы, потребности и ключевые ценности основных категорий потребителей туристских услуг, национальные стандарты организации и проектирования туристских услуг, особенности функционирования национального туристского рынка и структуры национальной туристской индустрии, особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах на конкретном объекте/предприятии туристского бизнеса, структуру и содержание туристского продукта; виды туристских продуктов: туристских услуг, программ обслуживания, маршрутов и</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>структуры поездок (в зависимости от целей поездок), основные методы рыночных исследований и информационно-аналитической деятельности в туристской индустрии, понятие, методы и средства продвижения туристского продукта с использованием современных технологий, технологические приемы и методы социального взаимодействия при разработке и реализации туристского продукта Умеет: нести личную ответственность за результат, предлагать клиентам имеющийся в туристской фирме выбор вариантов проведения отдыха и/или путешествий, проводить консультацию туриста по выбранному им месту отдыха и/или путешествия, описывать его достоинства и преимущества, организовывать и согласовывать маршрут путешествия и программу пребывания, дату и время начала и окончания путешествия, его продолжительность, порядок проводов и встречи туристов и прочие условия, являющиеся основой договора с туристом; формировать туристский пакет, разрабатывать программы туристского обслуживания в различных видах туризма с учетом этнических, конфессиональных и культурных различий туристов, практиковать навыки делового общения со специалистами и руководителями на конкретном объекте/предприятии туристского бизнеса, в процессе разработки туристского продукта обеспечивать рациональную организацию технологических процессов турфирмы, применять практические навыки информационно-аналитической деятельности на конкретном предприятии, использовать методы и средства продвижения туристского продукта с использованием современных технологий, разрабатывать программы туристского обслуживания в различных видах туризма Имеет практический опыт: управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей, коммуникаций, консультирования потребителей по туристическим продуктам и отдельным услугам, организации маршрутов различной направленности и категории сложности во внутреннем и въездном туризме, межкультурных коммуникаций в туристской индустрии для их использования в процессе организации работы туроператоров и турагентов на рынке внутреннего, въездного и выездного туризма, анализа и систематизации собранных материалов для составления отчета в письменной форме на государственном языке Российской Федерации, решения практических задач, связанных с организацией путешествия туристов, информационно-аналитической деятельности на</p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | конкретном предприятии туристской индустрии, продвижения и продажи туров, бронирования отдельных туруслуг с использованием информационных технологий в туризме, осуществления профессиональной деятельности при разработке программ туристского обслуживания и их реализации |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,5 ч. контактной работы

| Вид учебной работы                                                                                | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|
|                                                                                                   |             | Номер семестра                     |
|                                                                                                   |             | 7                                  |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                                                     | 108         | 108                                |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                                                        | 48          | 48                                 |
| Лекции (Л)                                                                                        | 32          | 32                                 |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)                        | 16          | 16                                 |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                                          | 0           | 0                                  |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                                               | 53,5        | 53,5                               |
| Подготовка к зачету                                                                               | 10          | 10                                 |
| Разработка блока элементов фирменного стиля туристского/гостиничного предприятия или продукта     | 14          | 14                                 |
| Разработка уникального торгового предложения                                                      | 16          | 16                                 |
| Разработка интервью для продвижения национального/регионального туристского гостиничного продукта | 13,5        | 13.5                               |
| Консультации и промежуточная аттестация                                                           | 6,5         | 6,5                                |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                                          | -           | диф.зачет                          |

#### 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                                 | Объем аудиторных занятий по видам в часах |    |    |    |
|-----------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----|----|----|
|           |                                                                  | Всего                                     | Л  | ПЗ | ЛР |
| 1         | Реклама в комплексе маркетинга                                   | 8                                         | 6  | 2  | 0  |
| 2         | Рекламные технологии для целей туризма и гостеприимства          | 26                                        | 18 | 8  | 0  |
| 3         | Продвижение услуг предприятий индустрии туризма и гостеприимства | 14                                        | 8  | 6  | 0  |

##### 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия | Кол-во часов |
|----------|-----------|---------------------------------------------------------|--------------|
|----------|-----------|---------------------------------------------------------|--------------|

|    |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |   |
|----|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1  | 1 | Понятие и сущность рекламы. Определение рекламы, функции рекламы в обществе, цели и задачи рекламы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2 |
| 2  | 1 | Реклама в комплексе маркетинга. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций. Характеристика современного рекламного процесса.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2 |
| 3  | 1 | Рекламные исследования и определение целей рекламы. Рекламные технологии для целей туризма и гостеприимства. Определение целей рекламы для индустрии туризма и гостеприимства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2 |
| 4  | 2 | Рекламное обращение: структура, форма, стиль и цвет. Структура рекламного обращения. основные элементы рекламного объявления, особенности разработки.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2 |
| 5  | 2 | Средства распространения рекламы. Характеристика средств мультимедиа для создания и распространение рекламного продукта для целей туризма и гостеприимства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2 |
| 6  | 2 | Творческий подход к созданию рекламного продукта. Характеристика и содержание основных разделов творческой концепции создания рекламного продукта для целей туризма и гостеприимства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 4 |
| 7  | 2 | Реклама в прессе. Эффект позиции рекламного обращения на газетном развороте. Привлекательность рекламного обращения, в зависимости от его размера. Структура и требования к рекламному обращению в прессе.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2 |
| 8  | 2 | Печатная реклама. Виды печатной рекламы для целей туризма и гостеприимства. Особенности содержания и разработки печатной рекламы. Целесообразность применения печатной рекламы,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2 |
| 9  | 2 | Особенности создания аудиовизуальной рекламы. Особенности и отличительные признаки рекламного продукта для целей туризма и гостеприимства в зависимости от медиа носителя: реклама на радио, реклама на телевидении, видеореклама.                                                                                                                                                                                                                                                                               | 2 |
| 10 | 2 | Наружная реклама, реклама в сети Интернет и рекламные сувениры. Особенности создания и распространения рекламного продукта с помощью средств наружной рекламы, рекламных сувениров и средствами Интернет.                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2 |
| 11 | 2 | Реклама на выставках и ярмарках. Характеристика выставочных и ярмарочных мероприятий (отличительные характеристики и общие признаки). Этапы и их характеристика (Процесс участия туристской фирмы в работе выставки). Особенности оформления выставочного стенда для туристской фирмы, гостиничного предприятия, коллективного стенда. Рекомендации по работе персонала туристской фирмы/гостиничного предприятия во время работы выставки, в период монтажа и демонтажа выставочных конструкций.                | 2 |
| 12 | 3 | Имидж и PR, продвижение гостиничного и туристского продукта. Этапы продвижения гостиничного и туристского продукта. Этапы формирования имиджа туристского/гостиничного предприятия. Фирменный стиль туристского/гостиничного предприятия. Константы фирменного стиля. Товарный знак туристского/гостиничного предприятия как центральный элемент фирменного стиля. Особенности оформления туристского офиса/стойки ресепшен и входной зоны гостиничного предприятия. Особенности организация приема посетителей. | 4 |
| 13 | 3 | Рекламный бюджет. Решения, принимаемые при разработке рекламного бюджета. Определение общего объема средств на рекламу. Распределение рекламных средств по направлениям и статьям расходов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2 |
| 14 | 3 | Реклама национального туристского продукта. Национальный туристский продукт. Организация рекламы национального туристского продукта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2 |

## 5.2. Практические занятия, семинары

| № | № | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол- |
|---|---|---------------------------------------------------------------------|------|
|---|---|---------------------------------------------------------------------|------|

| занятия | раздела |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | во часов |
|---------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 1       | 1       | История возникновения, развития и современное состояние рекламы. Исторические этапы развития рекламных технологий, особенности создания рекламы в разные эпохи, общие и отличительные признаки.                                                                                                                                                                                            | 2        |
| 2       | 2       | Нормативно-правовая база рекламной деятельности. Особенности регулирования рекламной деятельности на международном уровне. Нормативная документация, регулирующая вопросы размещения, разработки рекламных обращений на территории РФ.                                                                                                                                                     | 2        |
| 3       | 2       | Анализ структуры рекламного видеообращения (сущность и особенности). Реклама какой продукции представлена; основные действующие лица в рекламном ролике и их характеристика; продолжительность, в секундах, рекламного ролика; эхо-фраза рекламного ролика (она повторяется несколько раз); слоган рекламного ролика; ключевой кадр рекламного ролика (их несколько и что там изображено). | 2        |
| 4       | 2       | Структура и особенности создания печатной рекламы и рекламы в прессе. Определение формата рекламного обращения: рекламный баннер, рубрика, листовка, буклет, плакат и т.п.. Составить текстовую часть рекламного обращения.                                                                                                                                                                | 2        |
| 5       | 2       | Структура и особенности создания рекламы для целей туризма и гостеприимства. Разработка и обоснование видеоконтента или аудио ряда для целей рекламы туристского или гостиничного продукта                                                                                                                                                                                                 | 2        |
| 6       | 3       | Структура и особенности создания фирменного стиля для целей туризма и гостеприимства. Константы формирующие фирменный стиль туристского/гостиничного предприятия. разработка одной из констант фирменного стиля туристского/гостиничного предприятия с обоснованием                                                                                                                        | 4        |
| 7       | 3       | Современные рекламные стратегии и технологии. Творческие рекламные стратегии. Стратегии проекционного типа. Планирование рекламной кампании Методы формирования рекламного бюджета. Медиапланирование. Методы привлечения внимания к рекламе. Современные рекламные технологии. Оценка эффективности рекламной деятельности.                                                               | 2        |

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |         |              |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| Подвид СРС          | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Семестр | Кол-во часов |
| Подготовка к зачету | 1. Мудров, А. Н. Основы рекламы Учеб. для вузов /А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2016. - 318 с. ил. 2. Сендидж, Ч. Реклама: Теория и практика Ч. Сендидж; Пер. с англ. под общ. ред. Ю. Н. Иванова. - М.: Сирин, 2019. - 619 с. ил. 3. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика Текст У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти; пер.с англ. М. Артюх и др.; под ред. И. В. Крылова, А. В. Ульяновского. - 2-е изд., испр. - СПб.и др.: Питер, 2018. - 735 с. ил. | 7       | 10           |

|                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
| Разработка блока элементов фирменного стиля туристского/гостиничного предприятия или продукта     | 1. Мудров, А. Н. Основы рекламы Учеб. для вузов /А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2016. - 318 с. ил. 2. Сендидж, Ч. Реклама: Теория и практика Ч. Сендидж; Пер. с англ. под общ. ред. Ю. Н. Иванова. - М.: Сирин, 2019. - 619 с. ил. 3. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика Текст У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти; пер.с англ. М. Артюх и др.; под ред. И. В. Крылова, А. В. Ульяновского. - 2-е изд., испр. - СПб.и др.: Питер, 2018. - 735 с. ил. | 7 | 14   |
| Разработка уникального торгового предложения                                                      | 1. Мудров, А. Н. Основы рекламы Учеб. для вузов /А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2016. - 318 с. ил. 2. Сендидж, Ч. Реклама: Теория и практика Ч. Сендидж; Пер. с англ. под общ. ред. Ю. Н. Иванова. - М.: Сирин, 2019. - 619 с. ил. 3. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика Текст У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти; пер.с англ. М. Артюх и др.; под ред. И. В. Крылова, А. В. Ульяновского. - 2-е изд., испр. - СПб.и др.: Питер, 2018. - 735 с. ил. | 7 | 16   |
| Разработка интервью для продвижения национального/регионального туристского гостиничного продукта | 1. Мудров, А. Н. Основы рекламы Учеб. для вузов /А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2016. - 318 с. ил. 2. Сендидж, Ч. Реклама: Теория и практика Ч. Сендидж; Пер. с англ. под общ. ред. Ю. Н. Иванова. - М.: Сирин, 2019. - 619 с. ил. 3. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика Текст У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти; пер.с англ. М. Артюх и др.; под ред. И. В. Крылова, А. В. Ульяновского. - 2-е изд., испр. - СПб.и др.: Питер, 2018. - 735 с. ил. | 7 | 13,5 |

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия             | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов                                               | Учитывается в ПА         |
|------|----------|------------------|-----------------------------------------------|-----|------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1    | 7        | Текущий контроль | ФОС-1 Понятие и сущность рекламных технологий | 1   | 100        | Защита работы осуществляется в группе 3-4 человека. На защиту дается 15 | дифференцированный зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
|--|--|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | <p>минут.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Общий балл при оценке складывается из следующих показателей за каждую ассоциативную иллюстрацию:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Содержание соответствует заголовку и отражает его суть, написано литературным языком, текст лаконичный – 100-85 баллов</li> <li>- Содержание соответствует заголовку, текст не структурирован, имеются небольшие замечания – 84-75 баллов</li> <li>- Содержание не всегда отражает суть заголовка, но логика изложения материала верна. - 74-60 баллов</li> <li>- Содержание не отражает суть заголовка, нет логики изложения материала, текст не уникален - 59-0 баллов.</li> </ul> <p>Максимальное</p> |  |
|--|--|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|   |   |                          |                                                                                                                                   |   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          |
|---|---|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                          |                                                                                                                                   |   |     | <p>количество баллов – 100.</p> <p>Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          |
| 2 | 7 | Промежуточная аттестация | <p>Разработать и предоставить гостиничный/туристский продукт на основе новейших информационных и коммуникационных технологий:</p> | - | 100 | <p>Проверка задания осуществляется по окончании изучения раздела 2. Задание должно быть выполнено и оформлено в соответствии с приведенной структурой. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Критерии начисления баллов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- УТП выполнено верно – 100-85 баллов</li> <li>- УТП выполнено верно, но имеются недочеты не влияющие на конечный результат – 84-75 баллов</li> <li>- в УТП есть грубые замечания, нет четкой структуры - 74-60 баллов</li> <li>- УТП не представлено, имеются грубые ошибки, не отражает тему – 59-0 баллов</li> </ul> <p>Максимальное количество баллов – 100.</p> | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                                              |   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          |
|---|---|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                                                              |   |     | Весовой коэффициент мероприятия – 1.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |
| 3 | 7 | Текущий контроль | ФОС -3 Теоретические основы рекламных кампаний по интернет продвижению гостиничного продукта | 1 | 100 | <p>Студенту дается 10 минут на защиту задания.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Задание оценивается по следующим критериям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствует теме и полностью ее отражает, строго структурировано, прослеживается четко аргументированная логика изложения материала, даны полные ответы на вопросы задания - 100-85 баллов</li> <li>- соответствует теме и полностью ее отражает, строго структурировано, прослеживается четко аргументированная логика изложения материала, даны ответы на вопросы задания, но есть замечания - 84-75 баллов</li> <li>- соответствует теме, однако полностью ее отражает, нет четкой структуры и</li> </ul> | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                                     |   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |
|---|---|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                                                     |   |     | <p>логики изложения материала, даны не все ответы на вопросы задания - 60-74 балла</p> <p>- работа не представлена или имеет грубые ошибки в исполнении - 0-59 баллов.</p> <p>Максимальное количество баллов – 100.</p> <p>Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |
| 4 | 7 | Текущий контроль | <p>ФОС-4 Разработка фирменного блока и рекламной кампании гостиничного продукта</p> | 1 | 100 | <p>Работа должна быть выполнена и оформлена в соответствии с приведенным примером.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Критерии начисления баллов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работа выполнена верно – 100-85 баллов</li> <li>- работа выполнена верно, но имеются недочеты не влияющие на конечный результат – 84-75 баллов</li> <li>- работа выполнена верно, есть замечания, не все блоки представлены – 74-60 баллов</li> </ul> | дифференцированный зачет |

|   |   |                          |                              |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          |
|---|---|--------------------------|------------------------------|---|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                          |                              |   |    | <p>- работа не представлена или содержит грубые ошибки – 59-0 баллов</p> <p>Максимальное количество баллов – 100.</p> <p>Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          |
| 5 | 7 | Промежуточная аттестация | Вопросы к тестовому контролю | - | 40 | <p>На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 1 час. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу.</p> | дифференцированный зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                            |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | Неправильный<br>ответ на вопрос<br>соответствует 0<br>баллов.<br>Максимальное<br>количество баллов<br>за промежуточную<br>аттестацию – 40. |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| дифференцированный зачет     | Зачет включает итоговое тестирование по дисциплине: выполнение итогового теста, который включает 20 вопросов, время для тестирования 60 минут. Оценка за промежуточную аттестацию выставляется по сумме набранных баллов, исходя из следующих критериев: оценка "отлично" - 85-100 баллов оценка "хорошо" - 75-84 балла оценка "удовлетворительно" - 60-74 балла оценка "неудовлетворительно" - 0-59 баллов | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                                                                                            | № КМ |    |    |   |   |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|----|---|---|
|             |                                                                                                                                                                                | 1    | 2  | 3  | 4 | 5 |
| ПК-2        | Знает: основные инструменты рекламы, порядок организации переговоров с партнерами с целью рекламы нового туристского продукта/услуги                                           | ++   |    |    |   | + |
| ПК-2        | Умеет: разработать и внедрить рекламную кампанию нового туристского продукта/услуги                                                                                            | ++   |    |    |   | + |
| ПК-2        | Имеет практический опыт: разработки и ведения рекламной кампании нового туристского продукта/услуги                                                                            | ++   |    |    |   | + |
| ПК-4        | Знает: понятие и сущность рекламной деятельности в туристской индустрии                                                                                                        | ++   | +  |    |   | + |
| ПК-4        | Умеет: составлять рекламную стратегию предприятия и разрабатывать рекламные материалы для продвижения товаров и услуг предприятий туристской индустрии и гостиничного сервиса  |      | ++ |    |   | + |
| ПК-4        | Имеет практический опыт: разработки рекламных материалов и продвижения товаров и услуг на потребительский рынок                                                                |      | ++ |    |   | + |
| ПК-5        | Знает: виды участников рекламного процесса и выполняемые ими функции                                                                                                           | +    |    | ++ |   |   |
| ПК-5        | Умеет: использовать полученные теоретические знания при подготовке к осуществлению рекламных коммуникаций с потребителями услуг предприятий индустрии туризма и гостеприимства | +    |    | ++ |   |   |
| ПК-5        | Имеет практический опыт: рекламных коммуникаций с потребителями услуг предприятий индустрии туризма и гостеприимства, бизнес-партнерами и различными контактными аудиториями   | +    |    | ++ |   |   |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Сендидж, Ч. Реклама: Теория и практика Ч. Сендидж; Пер. с англ. под общ. ред. Ю. Н. Иванова. - М.: Сирин, 2001. - 619 с. ил.
2. Мудров, А. Н. Основы рекламы [Текст] учеб. для вузов по специальности 350700 "Реклама" А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2006. - 318 с. ил.

*б) дополнительная литература:*

1. Англо-русский бизнес-словарь : Маркетинг. Страхование. Статистика. Промышленность. Торговля. Финансы. Реклама. Бизнес-слэнг [Текст] сост. А. В. Митин. - М.: СП "Перун", 1993
2. Игнатенко, А. А. Очерки истории российской рекламы [Текст] Кн. 2 Реклама в печатных СМИ в XIX-XX вв. Борьба большевиков за контроль над СМИ и книжным рынком. Реклама городских развлечений А. А. Игнатенко. - СПб.: Алетейя, 2015. - 126, [1] с. ил.
3. Уэллс, У. Реклама : принципы и практика [Текст] У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти ; пер.с англ. М. Артюх и др.; под ред. И. В. Крылова, А. В. Ульяновского. - 2-е изд., испр. - СПб.и др.: Питер, 2001. - 735 с. ил.
4. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.
5. Чернатони, Л. де Брендинг : Как создать мощный бренд [Текст] учеб. для вузов по специальности 080111 "Маркетинг", 080300 "Коммерция", 070801 "Реклама" Л. Чернатони, М. МакДональд ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - 3-е изд. - М.: ЮНИТИ, 2006. - 543 с.

*в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*  
Не предусмотрены

*г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Тезисы для выполнения самостоятельной работы, подготовки к практическим занятиям

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Тезисы для выполнения самостоятельной работы, подготовки к практическим занятиям

**Электронная учебно-методическая документация**

| № | Вид литературы                                           | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---|----------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Образовательная платформа Юрайт          | Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для академического бакалавриата / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10941-2. <a href="https://urait.ru/book/reklama-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-432460">https://urait.ru/book/reklama-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-432460</a> |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. -Paint.NET(бессрочно)
3. Microsoft-Visual Studio(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -Консультант Плюс(31.07.2017)
2. -Стандартинформ(бессрочно)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.     | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий                                         |
|---------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Пересдача                       | 202<br>(6) | 1. Мультимедийный проектор - 1 шт., экран - 1 шт., компьютер - 1 шт. акустическая система - 1 шт. 2. Доска - 1 шт., шкаф для документов - 3 шт. 3. Рабочее место преподавателя - 1 место |
| Лекции                          | 202<br>(6) | 1. Мультимедийный проектор - 1 шт., экран - 1 шт., компьютер - 1 шт. акустическая система - 1 шт. 2. Доска - 1 шт., шкаф для документов - 3 шт. 3. Рабочее место преподавателя - 1 место |
| Практические занятия и семинары | 202<br>(6) | 1. Мультимедийный проектор - 1 шт., экран - 1 шт., компьютер - 1 шт. акустическая система - 1 шт. 2. Доска - 1 шт., шкаф для документов - 3 шт. 3. Рабочее место преподавателя - 1 место |
| Дифференцированный зачет        | 202<br>(6) | 1. Мультимедийный проектор - 1 шт., экран - 1 шт., компьютер - 1 шт. акустическая система - 1 шт. 2. Доска - 1 шт., шкаф для документов - 3 шт. 3. Рабочее место преподавателя - 1 место |