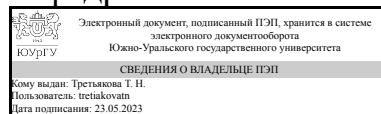


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



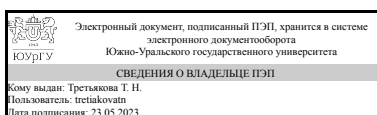
Т. Н. Третьякова

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.06 Реклама в туризме и гостиничном сервисе  
для направления 43.03.03 Гостиничное дело  
уровень Бакалавриат  
профиль подготовки Гостиничная деятельность  
форма обучения заочная  
кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

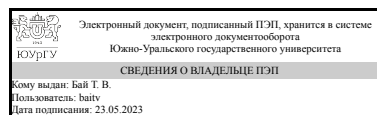
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 515

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 и предоставлять гостиничный продукт на основе новейших информационных и коммуникационных технологий | Знает: понятие и сущность рекламных технологий по разработке и представлению гостиничного продукта на основе новейших информационных и коммуникационных технологий<br>Умеет: разрабатывать рекламную стратегию по продвижению гостиничного продукта на основе новейших информационных и коммуникационных технологий<br>Имеет практический опыт: разработки рекламных материалов по разработке и представлению гостиничного продукта на основе новейших информационных и коммуникационных технологий |
| ПК-7 способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания                             | Знает: теоретические основы рекламных кампаний по интернет продвижению гостиничного продукта<br>Умеет: использовать рекламные средства как маркетинговые инструменты по интернет продвижению гостиничного продукта<br>Имеет практический опыт: проведения маркетинговых исследований в гостиничном сервисе в условиях интернет технологий                                                                                                                                                           |

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана                         | Перечень последующих дисциплин, видов работ                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Организация коммерческой службы гостиницы, Экономика в туризме и гостиничном бизнесе, | Документационное обеспечение управления предприятиями в индустрии туризма и |

|                                                                                                       |                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Организация культурно-досуговой деятельности,<br>Производственная практика (сервисная) (6<br>семестр) | гостеприимства,<br>Производственная практика (преддипломная) (10<br>семестр) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|

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

| Дисциплина                                   | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Организация культурно-досуговой деятельности | <p>Знает: виды информационных и коммуникационных технологий для организации культурно-досуговой деятельности, сущность и формы социального взаимодействия при организации культурно-досуговой деятельности, формы и методы культурно-досуговой деятельности при формировании комплексного гостиничного продукта с учетом специфики целевой аудитории гостиничного предприятия и региона, виды деловой коммуникации при осуществлении культурно-досуговой деятельности гостиничного предприятия</p> <p>Умеет: отбирать информационные и коммуникационные технологии для организации культурно-досуговой деятельности, взаимодействовать в команде при организации культурно-досуговой деятельности, разрабатывать культурно-досуговые программы в структуре комплексного гостиничного продукта, осуществлять деловую коммуникацию при организации культурно-досуговой деятельности гостиничного предприятия</p> <p>Имеет практический опыт: использования информационных и коммуникационных технологий для организации культурно-досуговой деятельности, организации культурно-досуговой деятельности как с группами туристов, так и с индивидуальными туристами, разработки и реализации программ организации культурно-досуговой деятельности клиентов гостиничных комплексов, организации культурно-досуговых мероприятий в гостинице</p> |
| Экономика в туризме и гостиничном бизнесе    | <p>Знает: методику планирования и анализа туристской и гостиничной деятельности на основе новейших информационных и коммуникационных технологий, виды экономических показателей для оценки состояния предприятий индустрии туризма и гостеприимства</p> <p>Умеет: осуществлять основные операции финансовой деятельности на основе новейших информационных и коммуникационных технологий, выбирать виды экономических показателей для оценки состояния предприятий индустрии туризма и гостеприимства</p> <p>Имеет практический опыт: использования приемов и методов экономического анализа для оценки финансово–</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                   | хозяйственной деятельности предприятий туризма и гостиничного сервиса на основе новейших информационных и коммуникационных технологий, расчета экономических показателей для оценки состояния предприятий индустрии туризма и гостеприимства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Организация коммерческой службы гостиницы         | Знает: состав и функции коммерческой деятельности в сети интернет по продвижению гостиничного продукта Умеет: осуществлять процесс продаж гостиничных услуг в сети интернет Имеет практический опыт: продаж услуг предприятий гостиничного комплекса на основе IT технологий в сети интернет                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Производственная практика (сервисная) (6 семестр) | Знает: технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии гостиничной индустрии, структуру и содержание гостиничного продукта; виды гостиничных услуг, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на гостиничном предприятии, понятие, методы и средства продвижения гостиничного продукта с использованием современных технологий, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях гостиничной индустрии Умеет: выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в процессе обслуживания потребителя, организовывать профессиональную деятельность отдельных служб гостиничного предприятия согласно запросам потребителя, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в процессе обслуживания потребителя, использовать методы и средства продвижения гостиничного продукта с использованием современных технологий, анализировать условия деятельности при разработке гостиничного продукта, общения с клиентами; осуществлять командный процесс обслуживания потребителей гостиничных услуг Имеет практический опыт: безопасного обслуживания потребителя, на основе международных и российских нормативно-правовых актов, и внутренних стандартов предприятия, выполнения квалификационных требований, должностных |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | инструкций и норм корпоративной культуры предприятий гостиничной индустрии, решения практических задач, связанных с организацией предоставления услуг потребителю, выполнения квалификационных требований, должностных инструкций и норм корпоративной культуры гостиничных предприятий, продвижения и продажи гостиничного продукта и отдельных услуг с использованием информационных технологий, реализации технологического цикла обслуживания потребителей на основе клиентоориентированных технологий |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 18,5 ч. контактной работы

| Вид учебной работы                                                                                                              | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|
|                                                                                                                                 |             | Номер семестра                     |
|                                                                                                                                 |             | 8                                  |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                                                                                   | 108         | 108                                |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                                                                                      | 12          | 12                                 |
| Лекции (Л)                                                                                                                      | 8           | 8                                  |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)                                                      | 4           | 4                                  |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                                                                        | 0           | 0                                  |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                                                                             | 89,5        | 89,5                               |
| ФОС-2 Разработать и предоставить гостиничный/туристский продукт на основе новейших информационных и коммуникационных технологий | 20          | 20                                 |
| Подготовка к зачету                                                                                                             | 29,5        | 29,5                               |
| Разработка блока элементов фирменного стиля туристского/гостиничного предприятия или продукта                                   | 20          | 20                                 |
| Разработка интервью для продвижения национального/регионального туристского гостиничного продукта                               | 20          | 20                                 |
| 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                                   | 2                                         | 2 | 0  | 0  |
| 2         | Рекламные технологии для целей туризма и гостеприимства          | 6                                         | 4 | 2  | 0  |
| 3         | Продвижение услуг предприятий индустрии туризма и гостеприимства | 4                                         | 2 | 2  | 0  |

## 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Кол-во часов |
|----------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1        | 1         | Реклама в комплексе маркетинга. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций. Характеристика современного рекламного процесса.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2            |
| 2        | 2         | Рекламное обращение: структура, форма, стиль и цвет. Структура рекламного обращения. основные элементы рекламного объявления, особенности разработки.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2            |
| 3        | 2         | Средства распространения рекламы. Характеристика средств мультимедиа для создания и распространение рекламного продукта для целей туризма и гостеприимства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2            |
| 4        | 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. | 2            |

## 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                                                                                                                                                                                                                                          | Кол-во часов |
|-----------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 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            |
| 2         | 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 |
| ФОС-2 Разработать и предоставить гостиничный/туристский продукт на основе новейших информационных и коммуникационных технологий | 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. | 8       | 20           |

|                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
|                                                                                                   | 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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |      |
| 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. | 8 | 29,5 |
| 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. | 8 | 20   |
| 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. | 8 | 20   |

## 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    | 8        | Текущий      | ФОС-1 Понятие и                   | 1   | 100        | Защита работы             | дифференцированный |

|  |  |          |                               |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |       |
|--|--|----------|-------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|  |  | контроль | сущность рекламных технологий |  | <p>осуществляется в группе 3-4 человека. На защиту дается 15 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</li> </ul> | зачет |
|--|--|----------|-------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|

|   |   |                          |                                                                                                                            |   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          |
|---|---|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                          |                                                                                                                            |   |     | материала, текст не уникален - 59-0 баллов.<br>Максимальное количество баллов – 100.<br>Весовой коэффициент мероприятия – 1.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |
| 2 | 8 | Промежуточная аттестация | Разработать и предоставить гостиничный/туристский продукт на основе новейших информационных и коммуникационных технологий: | - | 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-</li> </ul> | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                                              |   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          |
|---|---|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                                                              |   |     | 0 баллов<br>Максимальное количество баллов – 100.<br>Весовой коэффициент мероприятия – 1.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |
| 3 | 8 | 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</li> </ul> | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                                     |   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |
|---|---|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                                                     |   |     | <p>теме, однако полностью ее отражает, нет четкой структуры и 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 | 8 | 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</li> </ul> | дифференцированный зачет |

|   |   |                          |                              |   |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |
|---|---|--------------------------|------------------------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                          |                              |   | замечания, не все блоки представлены – 74-60 баллов<br>- работа не представлена или содержит грубые ошибки – 59-0 баллов<br>Максимальное количество баллов – 100.<br>Весовой коэффициент мероприятия – 1. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |
| 5 | 8 | Промежуточная аттестация | Вопросы к тестовому контролю | - | 40                                                                                                                                                                                                        | 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. | дифференцированный зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                               |  |
|--|--|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу.<br>Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов.<br>Максимальное количество баллов за промежуточную 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: понятие и сущность рекламных технологий по разработке и представлению гостиничного продукта на основе новейших информационных и коммуникационных технологий           | +    | + | + | + | + |
| ПК-2        | Умеет: разрабатывать рекламную стратегию по продвижению гостиничного продукта на основе новейших информационных и коммуникационных технологий                                |      | + | + | + | + |
| ПК-2        | Имеет практический опыт: разработки рекламных материалов по разработке и представлению гостиничного продукта на основе новейших информационных и коммуникационных технологий | +    | + | + | + | + |
| ПК-7        | Знает: теоретические основы рекламных кампаний по интернет продвижению гостиничного продукта                                                                                 | +    | + | + | + | + |
| ПК-7        | Умеет: использовать рекламные средства как маркетинговые инструменты по интернет продвижению гостиничного продукта                                                           | +    | + | + | + | + |
| ПК-7        | Имеет практический опыт: проведения маркетинговых исследований в гостиничном сервисе в условиях интернет технологий                                                          |      | + | + | + | + |

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                                         |
|---------------------------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Дифференцированный зачет        | 202 (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 (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 |
| Пересдача                       | 202 (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 (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 |