

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан естественно-географического
факультета



С.В. Жеглов

« 31 » августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама в гостиничном бизнесе

Уровень основной профессиональной образовательной программы

бакалавриат

Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Гостиничная деятельность

Форма обучения Очная

Сроки освоения ОПОП Нормативный, 4 года

Факультет Естественно-географический

Кафедра Рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целями освоения дисциплины «Реклама в гостиничном бизнесе» являются формирование комплекса общепрофессиональных и профессиональных компетенций, а также выявление роли и значения различных видов искусства в повышении эффективности профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина «Реклама в гостиничном бизнесе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1, – Производственно-технологического модуля (Б1.В.02.05)

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины

Иностранный язык

Русский язык

История

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Маркетинг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания

Бизнес планирование в организациях сферы гостеприимства и общественного питания

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе», соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы. Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных (ПКР) компетенций

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ПК-5 Способен к интернет-продвижению услуг организацией сферы гостеприимства и/или общественного питания	ПК-5.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Факторы, оказывающие влияние на успешность продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Уметь сравнивать, сопоставлять, критически анализировать факторы, оказывающие влияние на успешность продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Навыками поиска и критической оценки необходимой информации в реализации эффективной рекламной коммуникации.
		ПК-5.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет	Алгоритм построения и разработки программы успешного продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Умеет разрабатывать успешные программы продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Создания и оперативной коррекции программ продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания
		ПК-5.3. Проводит оценку эффективности программ продвижения интернет-услуг	Возможности и критерии оценки эффективности программ интернет-	Осуществлять грамотную оценку эффективности программ интернет-	Навыками проведения исследования и оценки эффективности программ интернет-продвижения

		организаций сферы гостеприимства и общественного питания	продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
--	--	--	--	--	--

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		№ 1	№2	№3	№ 4
		часов	часов	часов	часов
1	2	3	4	5	6
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	50	50			
В том числе:					
Лекции (Л)	16	16			
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)	34	34			
Лабораторные работы (ЛР)					
2. Самостоятельная работа студента (всего)	58	58			
В том числе					
СРС в семестре	58	58			
Курсовой проект (работа)	К			-	
	П				
	КР				
СРС в период сессии					
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	3	3		
	зачет с оценкой (ЗО)	-	-	-	
	экзамен (Э)		-	-	-
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	108	108		
	зач. ед.	3	3		

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий на платформах ZOOM, Skype, Moodle, Microsoft Teams.

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

семестра	раздела	№	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
6	1		Основы рекламы	Реклама как информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг и комплекс средств неценового регулирования сбыта продукции, формирования спроса. Развитие рекламы в гостиничном бизнесе в России. Современное состояние рекламы в России

			Нормативно-правовое регулирование в рекламе. Виды рекламных кампаний в гостиничном бизнесе.
6	2	Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе	Функции рекламы в обществе и в сфере гостеприимства. Реализация рекламой субкультурных стереотипов и образцов. Эстетические функции рекламы в гостиничном бизнесе. Классификация рекламы. Специфика организации рекламной деятельности в индустрии гостеприимства. Сфера бизнеса, коммерции государства и отдельных представителей. Покупательская способность потребительского рынка. Предпочтения, возрастные, финансовые и социальные особенности потребления. Сегментация потребительского рынка. Исследования в рекламе
6	3	Разработка рекламного продукта	Основные каналы распространения рекламы в гостиничном бизнесе. Креативность и возможности рекламы в гостиничном бизнесе. Генерирование креативности – использование внутренней ценности. Элементы рекламного творчества в гостиничном бизнесе: рекламное имя, рекламный текст, рекламный образ, композиция рекламного обращения. Исследование потребительского рынка и определение целей рекламы. Этапы создания рекламы. Принципы составления текста. Художественное оформление. Структура рекламного обращения. Проблемы рекламного творчества в создании рекламного обращения. Специфика содержания рекламного обращения в сфере гостиничном бизнесе.

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 58

Видами СРС являются:

- выполнение заданий при подготовке к практическим занятиям;
- работа с нормативно-правовыми актами;
- выполнение индивидуальных домашних заданий

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Алексеева, И. Имидж и этикет в бизнесе [Текст] /И. Алексеева. М.: Издательство "Дело", 2014. – 112 с.
2. Каталог образовательных интернет-ресурсов URL - <http://catalog.vlgmuk.ru/index.pl> (дата обращения 15.05.2019)
3. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие / П.А. Кузнецов. - Москва : Издательско-торговая

корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. : схем., ил., табл. - URL: Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403> (Дата обращения 14.05.2019).

4. Миллер А. Реклама: Энциклопедия для всех. М.: Вершина, 2013. – 252 с..
5. Пономарева А.М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности. – М.: ИКЦ «МарТ», 2015. – 394 с.
6. Росситер Дж.Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. – СПб.:ПИТЕР, 2012. – 578 с.
7. «Наука о рекламе» URL <http://www.advertology.ru>(дата обращения 15.05.2019)
8. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/> ((дата обращения 15.08.2019)
9. Академия Google – поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-овых академических журналах и материалах, прошедших экспертную оценку <https://scholar.google.ru/> (дата обращения 15.08.2019)
10. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань». – URL: <http://e.lanbook.com> (дата обращения 15.08.2019)
1. Российское образование – федеральный портал, где представлены нормативные документы, государственные образовательные стандарты, публикации - <http://www.edu.ru/> (дата обращения 15.08.2019)

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(См. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по учебной дисциплине (модулю)

Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине не применяется.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Дурович, Александр Петрович. Реклама в туризме [Текст] : учебное пособие / А. П. Дурович. - 3-е изд., стереотип. - Мн. : Новое знание, 2006. - 254 с. - ISBN 5-94735-113-7 : 108-00.

2.	Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм [Электронный ресурс]: учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 1071 с. : табл., граф., ил, схемы - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713 (Дата обращения 14.05.2019).
3.	Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 197 с. - URL: Режим доступа:

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1.	Алмосов, С.М. Гостиничный бизнес [Электронный ресурс]/ С.М. Алмосов. - Москва : Лаборатория книги, 2011. - 94 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139749 (Дата обращения 14.05.2019).
2.	Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских направлений [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистратуры / Л. Г. Кирьянова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 264 с - URL: Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/9408CDD0-5C9E-4E48-B0A5-A36AF0FC805E/marketing-i-brening-turistskih-destinaciy (Дата обращения 14.05.2017).
3.	Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие / П.А. Кузнецов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. : схем., ил., табл. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403 (Дата обращения 14.05.2019).
4.	Малитиков, П.Н. Свой бизнес: все, что нужно знать начинающим предпринимателям [Электронный ресурс]: практическое издание / П.Н. Малитиков. - Москва: Издательство «Рипол-Классик», 2014. - 256 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362698 (Дата обращения 14.05.2017).
5.	Мухина, А.Ю. Роль рекламы и PR-компаний в туристическом бизнесе [Электронный ресурс]/ А.Ю. Мухина. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 97 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142441 (Дата обращения 14.05.2019).
6.	Родигин, Л.А. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве: лекции [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Родигин, Е.Л. Родигин. - Москва : Советский спорт, 2014. - 208 с. : табл., схем., ил. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438479 (Дата обращения 14.05.2017).
	Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия [Электронный ресурс]: учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 336 с.. - URL: Режим доступа: (Дата обращения 14.05.2017). Назаренко Л.Ф. Выставка как инструмент маркетинга. — М: Филинь, 2014. — 334 с..
7.	Турист: все о спортивном, экскурсионном, экстремальном и экзотическом туризме и оздоровительном отдыхе [Электронный ресурс]: международный иллюстрированный журнал / учредит. ОАО «Центральный совет по туризму и отдыху» (холдинг), АНО «Редакция журнала «Турист» ; изд. «Издательский дом «Турист» ; ред. сов. В.Г. Пугиев и др. - Москва : Издательский дом "Турист", 2014. - № 5(457). - 28 с.: ил. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362626 (Дата обращения 14.05.2019).
8.	Федцов, В.Г. Культура ресторанного сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Г. Федцов. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 248 с. : ил. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450740 (Дата обращения 14.05.2017). Шепель, В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям/ В.М. Шепель. М.:

	Народное образование, 2014. – 472 с.
9	Алмосов, С.М. Гостиничный бизнес [Электронный ресурс]/ С.М. Алмосов. - Москва : Лаборатория книги, 2011. - 94 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139749 (Дата обращения 14.05.2019).

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Бесплатная электронная библиотека – URL: readall.ru (дата обращения 15.10.2019)
2. Библиотеки в Интернете – URL: <http://www.gpntb.ru/win/window/> (дата обращения 15.08.2019)
3. Портал электронной библиотеки – URL: <http://www.ihtik.lib.ru/> (дата обращения 15.08.2019)
4. Профессиональный PR-портал SOVETNIK.RU. – URL: - <http://sovetnik.ru/> (дата обращения 15.08.2019)
5. Университетская библиотека online – URL: <http://www.biblioclub.ru/http://library.rsu.edu.ru/> (дата обращения 15.08.2019)
6. Электронные каталоги. Поиск книг в российских библиотеках – URL: <http://book.uraic.ru/internet/guide/books.htm> (дата обращения 15.08.2019)

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

Бесплатная электронная библиотека – URL: <http://www.readall.ru> (дата обращения 15.05.2019)

Библиотеки в Интернете – URL: <http://www.gpntb.ru/win/window/> (дата обращения 15.05.2019)

Портал электронной библиотеки – URL: <http://www.ihtik.lib.ru/> (дата обращения 15.05.2019)

Университетская библиотека online – URL: <http://www.biblioclub.ru/http://library.rsu.edu.ru/> (дата обращения 15.05.2019)

Электронные каталоги. Поиск книг в российских библиотеках – URL: <http://book.uraic.ru/internet/guide/books.htm> (дата обращения 15.05.2019)

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

Большой энциклопедический словарь – URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/> (дата обращения 15.05.2019))

Моя газета – информационный портал [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://mygazeta.com/>

Профессиональный PR-портал SOVETNIK.RU. – URL: - <http://sovetnik.ru/> (дата обращения 15.05.2019)

Стиль и имидж. – URL: <http://easy-style.ru/imglogic.shtml> (дата обращения 15.05.2019))

«Наука о рекламе» URL: <http://www.advertology.ru/> (дата обращения 15.05.2019)

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук. Требования к специализированному оборудованию отсутствуют.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям: <i>имидж, репутация, общественное мнение, образ</i> и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме и др.
Контрольная работа/Индивидуальное задание	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Доклад-презентация	Исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой.
Собеседование	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система	Договор №65/2019 от 02.10.2019

WindowsPro	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plugin	Свободно распространяемое ПО

Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows ¹	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plugin	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.); набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>); система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

9.ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:

Декан естественно-географического
факультета



С.В.Жеглов

«31»августа 2020

г.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Реклама в гостиничном бизнесе»

Направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль)
Гостиничная деятельность

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Рязань 2020

1. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Реклама в гостиничном бизнесе» являются формирование комплекса общепрофессиональных и профессиональных компетенций, а также выявление роли и значения различных видов рекламы в повышении эффективности профессиональной деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Реклама в гостиничном бизнесе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1, – Производственно-технологического модуля (Б1.В.02.05)

Дисциплина изучается на 1 курсе (1 семестр).

3. Трудоемкость дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
	Знать	Уметь	Владеть (навыками)
3	4	5	6
П КР-3.1.	Факторы, оказывающие влияние на успешность продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Уметь сравнивать, сопоставлять, критически анализировать факторы, оказывающие влияние на успешность продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Навыками поиска и критической оценки необходимой информации в реализации эффективной рекламной коммуникации.
П КР-3.2.	Алгоритм построения и разработки программы успешного продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Умеет разрабатывать успешные программы продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Создания и оперативной коррекции программ продвижения услуг и организаций сферы гостеприимства и общественного питания
П КР-	Возможности и критерии оценки	Осуществлять грамотную оценку	Навыками проведения исследования

3.3.	эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	и оценки эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
------	--	--	---

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения

Зачет (1 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.