

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

Утверждаю:  
Декан естественно-географического  
факультета



С.В. Жеглов

«29» июня 2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ»**

Уровень основной профессиональной образовательной программы:  
бакалавриат

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки: Технология и организация  
туроператорских и турагентских услуг

Форма обучения: очная

Сроки освоения ОПОП: 4 года - нормативный

Факультет: естественно-географический

Кафедра: художественно-эстетического образования и рекламы

Рязань 2017

## **ВВОДНАЯ ЧАСТЬ**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.**

Целями освоения дисциплины «Реклама в туризме» являются: формирование компетенций ФГОС ВО посредством выявления роли и значения различных видов успешной рекламной деятельности в сфере туризма.

### **МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА.**

2.1 Учебная дисциплина «Реклама в туризме» относится к вариативной части Блока I - Б1.В.ОД.7

2.2 Для изучения дисциплины «Реклама в гостиничном бизнесе» студенты необходимы следующие предшествующие дисциплины: «История»:

«Маркетинг в туристской индустрии»

2.3.Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимо знать, уметь и владеть учебным материалом, формируемым данной учебной дисциплиной:

- Преддипломная практика

- ИГА

**2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине		
			В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОК-3	<b>Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</b>	Основные виды рекламной коммуникации и формы ее проявления в сфере туризма	Анализировать содержание рекламной коммуникации	Навыками эффективной организации рекламной коммуникации в туризме
2.	ПК-1	Владением теоретическими основами проектирования, готовности к применению основных методов проектирования в туризме	Особенности структуры построения проекта современной рекламной кампании с помощью художественных средств: композиции, цвета, звука.	Определять основные художественно-технические средства современной рекламы	Методами художественно-эстетического анализа, навыками комплексного и сравнительного анализа объектов рекламы в сфере туризма.
3.	ПК-12	Способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии	Структуру и содержание основных нормативно-законодательных документов в сфере	Анализировать практику реализации основных правовых документов в рекламной	Навыками мониторинга эффективности рекламной деятельности и ее соответствия нормативно-правовой

			туризма и рекламы	деятельности турфирм	базе
--	--	--	-------------------	----------------------	------

## 2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ <b>Реклама в туризме</b>					
Цель дисциплины		формирование компетенций ФГОС ВО посредством выявления роли и значения различных видов успешной рекламной деятельности в сфере туризма			
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОК-3	Способностью к коммуникации устной и письменной форм на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<b>ЗНАТЬ</b> Основные виды рекламной коммуникации и формы ее проявления в сфере туризма <b>УМЕТЬ:</b> Анализировать содержание рекламной коммуникации <b>ВЛАДЕТЬ:</b> Навыками эффективной организации рекламной коммуникации в туризме	Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, организации самостоятельной работы студентов	Собеседование, Реферат с презентацией, коллоквиум, зачет	<b>Пороговый</b> иметь представление о туристическом бизнесе как объекте рекламирования <b>Повышенный</b> применять на практике коммуникативные умения анализировать работу рекламных структур в сфере туризма
Профессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ПК-1	Владением теоретическими основами проектирования, готовности к применению основных методов	<b>ЗНАТЬ:</b> Особенности структуры построения современной рекламной кампании с помощью художественных средств: композиции, цвета, звука <b>УМЕТЬ:</b> Определять основные	Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, организации самостоятельной работы студентов	Собеседование, Реферат с презентацией, коллоквиум, зачет	<b>Пороговый:</b> анализировать причины формирования предпочтений ЦА <b>Повышенный</b> учитывать индивидуальные и групповые предпочтения в практике рекламирования

	проектирования туризм	художественно-технические средства современной рекламы ВЛАДЕТЬ Методами художественно-эстетического анализа, навыками комплексного и сравнительного анализа объектов рекламы в сфере туризма			объектов туризма
ПК-12	Способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации туристской индустрии	ЗНАТЬ: Структуру и содержание основных нормативно-законодательных документов в сфере туризма и рекламы УМЕТЬ: Анализировать в практику реализации основных правовых документов в рекламной деятельности турфирм ВЛАДЕТЬ: Навыками мониторинга эффективности рекламной деятельности и ее соответствия нормативно- правовой базе	Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, организации самостоятельной работы студентов	Собеседование, Реферат с презентацией, коллоквиум, зачет	Пороговый: анализировать причины неэффективного рекламирования Повышенный учитывать на практике результаты исследований эффективности рекламирования объектов туристического бизнеса

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры			
			№ 5 часов	№6 часов	№ 7 часов	№ 8 часов
1		2	3	4	5	6
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		40	-	-	-	40
В том числе:			-	-	-	-
Лекции (Л)		20	-	-	-	20
Практические занятия (ПЗ)		20	-	-	-	20
Лабораторные работы (ЛР)		-	-	-	-	-
2. Самостоятельная работа студента		68	-	-	-	68
В том числе			-	-	-	-
СРС в семестре		68	-	-	-	68
Курсовой проект (работа)	КП	-	-	-	-	-
	КР	-	-	-	-	-
Другие виды СРС		68				68
Подготовка к практическим занятиям		6				6
Выполнение заданий при подготовке к собеседованию		6				6
Работа со справочными материалами		6				6
Изучение и конспектирование научной литературы		12				12
Подготовка к коллоквиуму		6				6
Работа со специализированными сайтами		12				12
Изучение и анализ периодических изданий		8				8
Подготовка рефератов		6				6
Разработка электронных презентаций		6				6
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

## 2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
8	1	Основы рекламы	Исторические этапы становления рекламы Сущность и функции рекламы Классификация видов рекламы Социально-психологические основы рекламной деятельности
8	2	Особенности рекламной деятельности в туризме	Виды и жанры рекламы в гостиничном бизнесе Специфика построения рекламной стратегии в туристического бизнесе Фирменный стиль объектов туристического бизнеса
8	3	Разработка рекламного продукта	Исследование потребительского рынка и определение целей рекламы Выбор каналов распространения рекламы Специфика создания рекламного обращения в сфере туристического бизнеса.

### 2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	1	<b>Основы рекламы</b>	6	-	6	23	35	
8	1	Исторические этапы становления рекламы	2	-	2	6	10	1 неделя- собеседование
8	1	Сущность и функции рекламы	1	-	1	5	7	2 неделя- Собеседование 3 неделя- Реферат

8	1	Классификация рекламы	2	-	2	6	10	4 неделя - Коллоквиум
8	1	Социально-психологические основы рекламной деятельности	1	-	1	6	8	
<b>8</b>	<b>2</b>	<b>Особенности рекламной деятельности в туризме</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>23</b>	<b>39</b>	
8	2	Виды и жанры рекламы в туристическом бизнесе	3	-	3	8	14	5 неделя - Собеседование
8	2	Специфика построения рекламной стратегии в туристическом бизнесе	2	-	2	7	11	6 неделя Собеседование, коллоквиум
8	2	Фирменный стиль объектов туристического бизнеса	3		3	8	14	7 неделя коллоквиум
<b>8</b>	<b>3</b>	<b>Разработка рекламного продукта</b>	<b>6</b>		<b>6</b>	<b>22</b>	<b>34</b>	
8	3	Творческие подходы и новаторство в рекламе.	2		2	7	11	8 неделя Собеседование,
8	3	Средства создания и распространения рекламы, их выбор	2		2	7	11	9 неделя – коллоквиум
8	3	Стиль, язык, композиция и художественно-изобразительные средства рекламного обращения	2		2	8	12	10 неделя Коллоквиум Реферат
		<b>ИТОГО</b>	<b>20</b>		<b>20</b>	<b>68</b>	<b>108</b>	<b>Зачет</b>

2.3. Лабораторный практикум: «не предусмотрен»

2.4. Примерная тематика курсовых работ: «не предусмотрены»



### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

#### 3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
8	1	Основы рекламы	Подготовка к практическим занятиям	2
			Выполнение заданий при подготовке к собеседованию	2
			Работа со справочными материалами	2
			Изучение и конспектирование научной литературы	4
			Работа со специализированными сайтами	4
			Изучение и анализ периодических изданий	3
			Подготовка рефератов	2
			Подготовка к коллоквиуму	2
			Разработка электронных презентаций	2
8	2	Особенности рекламной деятельности в туризме	Подготовка к практическим занятиям	2
			Выполнение заданий при подготовке к собеседованию	2
			Работа со справочными материалами	2
			Изучение и конспектирование научной литературы	4
			Работа со специализированными сайтами	4
			Изучение и анализ периодических изданий	3
			Подготовка рефератов	2
			Подготовка к коллоквиуму	2
			Разработка электронных презентаций	2
8	3	Разработка рекламного продукта	Подготовка к практическим занятиям	2
			Выполнение заданий при подготовке к собеседованию	2
			Работа со справочными материалами	2

		Изучение и конспектирование научной литературы	4
		Работа со специализированными сайтами	4
		Изучение и анализ периодических изданий	2
		Подготовка рефератов	2
		Подготовка к коллоквиуму	2
		Разработка электронных презентаций	2
<b>ИТОГО</b>			<b>68</b>

### 3.2. График работы студента

Семестр № 8

Форма оценочного средства*	Условное обозначение	Номер недели									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Собеседование	С	+	+			+	+		+		
Реферат	Р			+							+
Коллоквиум	Кл				+		+	+		+	+

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

1. Пономарева А.М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности. – М.: ИКЦ «МарТ», 2015. – 394 с.
2. Росситер Дж.Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. – СПб.:ПИТЕР, 2012. – 578 с.
3. <http://catalog.vlgmuk.ru/index.pl>Каталог образовательных интернет-ресурсов –
4. «Наука о рекламе» ([www.advertology.ru](http://www.advertology.ru))

#### **3.3.1.ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ**

1. Реклама в системе общественных отношений.
2. Роль и значение рекламы в современном обществе.
3. Реклама и теория коммуникаций.
4. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
5. Медиасредства рекламы и их выбор в туристическом бизнесе
6. Проблемы рекламного творчества (креатив)
7. Планирование рекламной деятельности
8. Рекламный менеджмент.
9. Информационное обеспечение рекламы.
10. Социальные, этические и правовые аспекты рекламной деятельности.
11. Коммуникативная функция рекламного текста.
12. Рекламный текст и эмоции человека.
13. Рекламное агентство и его клиенты.
14. Разработка рекламного обращения.
15. Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности.
16. Психологические основы рекламы.
17. Международная реклама и ее значение в индустрии туризма.
18. Разработка стратегии рекламной кампании и выбор средств распространения рекламы.
19. Финансовая основа рекламной деятельности.
20. Наружная, внешняя реклама и их использование в сфере гостиничной деятельности и отдыха.
21. Нетрадиционные методы рекламы.
22. Товарные знаки и их роль в рекламировании объектов туристического бизнеса.
23. Бренд и его значение в сфере туризма.
24. Реклама и позиционирование бренда туризма и отдыха.

25. Онлайн- пространство – настоящее и будущее рекламы.
26. Специфика Интернет-рекламы.
27. История зарубежной рекламы.

#### Рекомендации к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа студентов по курсу «Реклама в туризме» играет важную роль в теоретическом и практическом освоении профессиональных навыков по рекламированию объектов туризма. Она предполагает:

1. работу с разнообразными источниками информации;
2. подготовка к тренингам и дискуссиям;
3. работа индивидуально и в малых группах над проектами;
4. написание докладов по обсуждаемым на лекциях и практических занятиях темам;
5. сбор различного рода информации;
6. работа в библиотеках и сайтах Интернета;
7. подготовка выступлений с использованием компьютерных программ;
8. создание презентаций.

#### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (см. Фонд оценочных средств)

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
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.	1-3	8	26	-
2	Морган, Н. Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие / Н. Морган, А. Причард. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : ил. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00647-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117326">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117326</a> (29.11.2017).	1-3	8	ЭБС	-
3	Козлова, В.А. Реклама в туризме : учебно-методическое пособие / В.А. Козлова ; Межрегиональная Академия безопасности и выживания. - Орел : МАБИВ, 2014. - 126 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428609">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428609</a> (29.11.2017).	1-3	8	ЭБС	-

##### 5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Сулейманова, Г.В. Реклама в туризме : учебно-методическое пособие / Г.В. Сулейманова ; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего	1-3	8	ЭБС	-

	<p>профессионального образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Институт технологий легкой промышленности, моды и дизайна. - Казань : Издательство КНИТУ, 2013. - 151 с. : ил.,табл. - ISBN 978-5-7882-1450-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=258594">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=258594</a> (29.11.2017).</p>				
2.	<p>Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. : схем., ил., табл. - ISBN 978-5-394-01068-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=345403">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=345403</a> (29.11.2017).</p>	1-3	8	ЭБС	-
3.	<p>Щепилова, Г. Г. Реклама : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 381 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01220-0. <a href="https://www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE">https://www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE</a> (29.11.2017).</p>	1-3	8	ЭБС	-
4.	<p>Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01290-3. <a href="https://www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD">https://www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD</a> (29.11.2017).</p>	1-3	8	ЭБС	-
5.	<p>Мухина, А.Ю. Роль рекламы и PR-компаний в туристическом бизнесе / А.Ю. Мухина. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 97 с. - ISBN 978-5-504-00601-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142441">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142441</a> (29.11.2017).</p>	1-3	8	ЭБС	-

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

1. Сайт «Университетская библиотека Online» - URL: <http://www.biblioclub.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
2. Сайт электронной библиотеки диссертаций Российской государственной библиотеки. URL: <http://www.rsl.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 18.11.2017)
4. Сайт научной библиотеки РГУ им. С.А. Есенина . – URL: <http://library.rsu.edu.ru> (дата обращения 18.11.2017)
5. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
6. Академия Google – поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-официальных академических журналах и материалах, прошедших экспертную оценку <https://scholar.google.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
7. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань». – URL: <http://e.lanbook.com> (дата обращения 18.11.2017)
8. Российское образование – федеральный портал, где представлены нормативные документы, государственные образовательные стандарты, публикации - <http://www.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2017)

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

1. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. <http://ratanews.ru/statistics/> . RATA-news – ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии (бывшая Российская ассоциация туристических агентств, РАТА). (дата обращения 18.11.2017)
2. Российский туризм. [http://russiantourism.ru/main/main\\_15143.html](http://russiantourism.ru/main/main_15143.html) **Russiantourism.ru** – это портал о туризме в России и ближнем зарубежье. (дата обращения 18.11.2017)
3. Все о туризме. Туристическая библиотека. [http://tourlib.net/books\\_tourism/aleks21.htm](http://tourlib.net/books_tourism/aleks21.htm). Сайт «**Все о туризме - туристическая библиотека**» посвящен проблемам развития туризма в мире. Сайт создан с целью накопления и обмена информацией о туризме, туристическом бизнесе, отдыхе, путешествиях и рекреации, а



также обсуждения проблем туристического образования. На данном сайте предоставлена разнообразная информация для студентов, учащихся в профильных туристских учебных заведениях: [книги по туризму](#), учебники, статьи, методические материалы, законы, материалы для подготовки к семинарским и практическим занятиям, для написания рефератов, курсовых, дипломных и магистерских работ. Преподавателям дисциплин направления «Туризм» - [методические пособия](#) для организации учебного процесса, литература для подготовки курсов лекций и проведения семинарских и практических занятий. Для аспирантов - научные [статьи по туризму](#), отчеты [Всемирной туристской организации \(ВТО\)](#), а также база [авторефератов кандидатских и докторских диссертаций](#) по туризму. (дата обращения 18.11.2017)

4. Бесплатная библиотека стандартов и нормативов. <http://www.docload.ru/Basesdoc/4/4812/index.htm> ГОСТ Р 50681-94 ТУРИСТСКО-ЭКСПУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ (дата обращения 18.11.2017)

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук с дисководом, колонки.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук с установленными программами MS Office, Word, Excel, PowerPoint переносной экран, колонки.

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ для ФГОС ВПО

## 8. 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; помечать 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 удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям ( <i>имидж, репутация, общественное мнение, образ, имидживые исследования, имидживые технологии</i> ) и др.
Практические занятия, коллоквиум	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, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Контрольная работа	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.
Реферат-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 .
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

- применение средств мультимедиа в образовательном процессе (например, презентации, видео);
- возможность консультирования обучающихся преподавателями в любое время и в любой точке пространства посредством сети Интернет.
- Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.
- Интерактивное общение с помощью ICQ и системы vk.com
- Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.

## **10. Требования к программному обеспечению учебного процесса**

№ п/п	Наименование учебной дисциплины	Наименование программы	Тип программы			Автор	Вид лицензии Платное/св ободно распростра няемое
			Расчет ная	Обучающая	Контроли рующая		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Реклама в туризме – все разделы	Open Office 4.1.4 и 2017 и выше		Оформление рефератов		Apache Foundation	свободно распростра няемое
		Libre Office 2010 и выше		Оформление рефератов		The Document Foundation	свободно распростра няемое

**Приложение 1**  
**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ**  
**АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

*Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного  
контроля успеваемости*

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
1.	<b>Основы рекламы</b>	ОК-3, ПК-1, ПК-12	зачет
2.	<b>Особенности рекламной деятельности в туризме</b>	ОК-3, ПК-1, ПК-12	зачет
3	<b>Разработка рекламного продукта</b>	ОК-3, ПК-1, ПК-12	зачет

**ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ**  
**ДИСЦИПЛИНЕ**

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК-3	Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	ЗНАТЬ:	
		Основные виды рекламной коммуникации и формы ее проявления в сфере туризма	ОК-3 З1
		УМЕТЬ:	
		Анализировать содержание рекламной коммуникации	ОК-3 У1
		ВЛАДЕТЬ:	
		Навыками эффективной организации рекламной коммуникации в туризме	ОК-3 В1
ПК-1	Владением теоретическими основами проектирования, готовности к применению основных методов проектирования в туризме	ЗНАТЬ:	
		Особенности структуры построения проекта современной рекламной кампании с помощью художественных средств: композиции, цвета, звука и т.д	ПК-1 З1
		УМЕТЬ	
		Определять основные художественно-технические средства современной рекламы	ПК-1 У1
		ВЛАДЕТЬ:	
		Методами художественно-эстетического анализа, навыками комплексного и сравнительного анализа объектов рекламы в сфере туризма.	ПК-1 В1
ПК-12	Способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии	ЗНАТЬ:	
		Структуру и содержание основных нормативно-законодательных документов в сфере туризма и рекламы	ПК -12 З1-
		УМЕТЬ:	
		Анализировать практику реализации основных правовых документов в рекламной деятельности турфирм	ПК – 12 У1
		ВЛАДЕТЬ:	
		Навыками мониторинга эффективности рекламной деятельности и ее соответствия нормативно-	ПК – 12 В1

## КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (Зачет)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)
1	Понятие «реклама», ее сущность	ОК-3 3-1, ПК – 1 У-1
2	Функции рекламы	ОК- 3 У1. ПК – 12 3-1
3	Классификация видов рекламы	ПК1 – 31, ПК-12 У1,В1
4	Особенности имиджевой рекламы	ПК1 –У1, В1, ПК-12 31
5	Стимулирующая реклама и реклама стабильности – общее и различное	ОК-3 В1 ПК12 У1
6	Основные методы рекламы	ОК3 31, ПК1 В1, ПК12 В1
7	Специфика рекламных исследований и их методы	ОК- 3 У1. ПК – 11 3-1
8	Основные этапы возникновения рекламы	ОК-3 3-1, ПК – 1 У-1
9	Специфика развития рекламы в Западной Европе и США	ПК1 –У1, В1, ПК-12 31
10	Особенности развития рекламы в России	ПК1 – 31, ПК-12 У1,В1
11	Социально-психологические основы рекламы	ОК-3 3-1, ПК – 1 У-1
12	Суггестивные возможности рекламы: внушение и манипуляции	ОК- 3 У1. ПК – 12 3-1
13	Мотивация поведения покупателей	ОК3 31, ПК1 В1, ПК12 В1
14	Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций	ОК-3 В1 ПК12 У1
15	Нормативно-правовая база рекламы	ОК-3 3-1, ПК – 1 У-1

	Правовое регулирование рекламной деятельности.	
16	Выбор рекламных средств и специфика их применения в сфере гостиничного бизнеса	ПК1 –У1, В1, ПК-12 31
17	Разработка рекламной продукции Принципы составления текста рекламного обращения	ОК3 31, ПК1 В1, ПК12 В1
18	Имидж и фирменный стиль	ОК- 3 У1. ПК – 12 3-1
19	Товарный знак как элемент фирменного стиля, требования к товарным знакам	ПК 1– 31, ПК-12 У1,В1
20	Экономическая и психологическая эффективность рекламы	ОК-3 В1 ПК12 У1
21	Особенности организации и проведения рекламных кампаний в сфере гостиничного бизнеса	ОК3 31, ПК1 В1, ПК12 В1
22	Рекламные агентства и их деятельность в продвижении объектов гостиничного дела	ПК 1–У1, В1, ПК-12 31
23	Взаимоотношения участников рекламного процесса	ОК- 3 У1. ПК – 12 3-1
24	Планирование рекламной работы в гостиничном бизнесе	ПК1 – 31, ПК-12 У1,В1
25	Творчество в создании рекламы.	ОК-3 3-1, ПК – 1 У-1
26	Специфика и составляющие печатной рекламы	ОК3 31, ПК1 В1, ПК12 В1
27	Содержание и формы информационно-рекламных материалов	ПК1 –У1, В1, ПК-12 31
28	Газетная и журнальная реклама. Реклама в справочниках	ПК1 – 31, ПК-12У1,В1
29	Специфика гостиничной деятельности как предмета рекламы	ОК-3 В1 ПК12 У1
30	Внешняя реклама и витрины	ОК- 3 У1. ПК – 12 3-1

### ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкала оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на зачете оцениваются по шкале «зачтено» - «не зачтено».

**«Зачтено»** – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Оценка может соответствовать пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

**«Не зачтено»** - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.