Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Худин Александр Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.02.2021 13:11:18
Уникальный программный ключ:
08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143141553b2haibee37e75a19

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ И ПРОДАЖ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Рекламная деятельность в сфере гостеприимства и общественного питания

Направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Профиль подготовки: Гостинично-ресторанная деятельность

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 6 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**6 (3.2)**		**7 (4.1)**		Итого	
Недель	11,2		13,7			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	22	22	14	14	36	36
Практические	32	32	14	14	46	46
В том числе инт.	4	4			4	4
Итого ауд.	54	54	28	28	82	82
Контактная работа	54	54	28	28	82	82
Сам. работа	54	54	44	44	98	98
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	108	108	108	108	216	216

Курск 2019

Рабочая программа дисциплины Рекламная деятельность в сфере гостеприимства и общественного питания / сост. кандидат географических наук, доцент, Воинова Наталья Евгеньевна; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2019. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 515 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело (уровень бакалавриата)"

Рабочая программа дисциплины "Рекламная деятельность в сфере гостеприимства и общественного питания" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело профиль Гостинично-ресторанная деятельность

Составитель(и):

кандидат географических наук, доцент, Воинова Наталья Евгеньевна

© Курский государственный университет, 2019

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	создать представление о рекламе как о виде коммерческой деятельности на рынке гостиничных услуг

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.13

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПК-4: Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Знать:
особенности продвижения гостиничного продукта
Уметь:
продвигать гостиничный продукт через систему Интернет
Владеть:
методами продвижения гостиничного продукта

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Введение к изучению курса «Реклама в туризме	Раздел			
1.1	Предмет и задачи курса	Лек	6	6	0
1.2	Предмет и задачи курса	Пр	6	4	2
1.3	Предмет и задачи курса	Ср	6	12	0
	Раздел 2. История рекламы	Раздел			
2.1	История рекламы за рубежом	Лек	6	6	0
2.2	история рекламы за рубежом	Пр	6	8	0
2.3	Этапы становления рекламы за рубежом	Ср	6	12	0
2.4	История рекламы в России.	Лек	6	4	0
2.5	История рекламы в России.	Пр	6	8	0
2.6	Этапы становления рекламы в России	Ср	6	12	0
	Раздел 3. Сущность и содержание рекламы	Раздел			
3.1	Основные понятия рекламного дела. Цели, функции и задачи рекламы.	Лек	6	4	0
3.2	Основные понятия рекламного дела. Цели, функции и задачи рекламы.	Пр	6	8	0
3.3	Сущность и элементы рекламного процесса (рекламодатель, исполнитель рекламы, средство распространения рекламы, потенциальный потребитель).	Ср	6	16	0
3.4	Особенности рекламы в туризме	Лек	6	2	0

3.5	Методы продвижения продуктов и услуг в туризме. Особенности продукта туризме как товара. Затраты на туристскую рекламу. Классификация видов рекламы в туризме: по объекту рекламирования, направленности рекламы, характеру рекламного обращения, способу воздействия на целевую аудиторию, в зависимости от охватываемой территории, в зависимости от источника финансирования	Пр	7	4	0
3.6	Методы продвижения продуктов и услуг в туризме. Особенности продукта туризме как товара. Затраты на туристскую рекламу. Классификация видов рекламы в туризме: по объекту рекламирования, направленности рекламы, характеру рекламного обращения, способу воздействия на целевую аудиторию, в зависимости от охватываемой территории, в зависимости от источника финансирования	Ср	7	2	0
3.7	Социально-психологические особенности рекламы в туризме	Лек	7	2	0
3.8	Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателей услуг туризма, первичные и вторичные потребительские мотивы. Модель потребительского поведения при покупке услуг туризма и влияние рекламных стимулов. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении услуг туризма: культурные, социальные, личностные, психологические	Пр	6	4	2
3.9	Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателей услуг туризма, первичные и вторичные потребительские мотивы. Модель потребительского поведения при покупке услуг туризма и влияние рекламных стимулов. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении услуг туризма: культурные, социальные, личностные, психологические	Ср	6	2	0
	Раздел 4. Рекламные средства, используемые в сфере туризме	Раздел			
4.1	Структура современного рекламного рынка в России и за рубежом.	Лек	7	6	0
4.2	Конкуренция на рекламном рынке. Объем российского рекламного рынка. Затраты на туристскую рекламу	Пр	7	6	0
4.3	Конкуренция на рекламном рынке. Объем российского рекламного рынка. Затраты на туристскую рекламу	Ср	7	6	0
4.4	Реклама в прессе и печатная реклама.	Лек	7	2	0
4.5	Реклама в прессе и печатная реклама.	Пр	7	2	0

4.6	Реклама в прессе и печатная реклама.	Ср	7	12	0
4.7	Наружная реклама.	Лек	7	2	0
4.8	Наружная реклама.	Пр	7	2	0
4.9	Наружная реклама.	Ср	7	12	0
4.10	Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях туризма	Лек	7	2	0
4.11	Радио- и телереклама. компьютерная реклама в туризме	Ср	7	12	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для проведения текущего контроля по дисциплине одобрены протоколом заседания кафедры социально-культурного сервиса и туризма № 9 от 20 апреля 2017 года и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине утверждены протоколом заседания кафедры социально-культурного сервиса и туризма № 9 от 20 апреля 2017 года и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Морган Н., Причард А. - Реклама в туризме и отдыхе: Учеб. пособие - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.		10
Л1.2	Кириллов А.Т., Маслова Е.В. - Реклама в туризме: Учебно-методическое пособие - СПб.: "Лекс Стар", 2002.		8
Л1.3	Морган Н., Причард А. - Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие - Москва: Юнити-Дана, 2015.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	- Связи с общественностью и реклама - Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2013.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274256	1
Л2.2	Чумиков А., Бочаров М., Самойленко С. - Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции - Москва: Издательский дом «Дело», 2016.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983	1

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows XP Professional (Open License: 47818817);
7.3.1.2	7-Zip (Свободная лицензия GNU LGPL) ;
7.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC (Бесплатное программное обеспечение);
7.3.1.4	Google Chrome (Свободная лицензия BSD) ;
7.3.1.5	MsOffice Professional 2003 (Open License: 41902857)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	http://ru.wikipedia - Википедия – свободная энциклопедия
7.3.2.2	http://195.93.165.10:2280 – Электронный каталог библиотеки КГУ
7.3.2.3	http://elibrary.ru – Научная электронная библиотека
7.3.2.4	www.booking.com
7.3.2.5	www.tripadvisor.ru
7.3.2.6	www.tophotels.ru
7.3.2.7	www.unwto.org – Всемирная туристская организация (UNWTO)
7.3.2.8	www.rha.ru – Российская Гостиничная Ассоциация
7.3.2.9	www.trivago.ru

7.3.2.10	www.hotels.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, выполнения курсовых работ, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. № 33, 81 (Мобильный ПК ASUS – 1 шт., проектор Epson EMP-280 – 1 шт., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий; учебная мебель (столы, стулья, учебная доска))
7.2	Помещение для самостоятельной работы с выходом в интернет, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. № 33, 146 (Моноблоки MSI – модель MS-A912, 2гб оперативной памяти, Athlon CPU D525 1.80GHz 1.79 GHz – 27 шт., Моноблоки Asus – модель ET2220I, 4гб оперативной памяти, intelCore i3-3220 CPU 3.30 GHz 3.30 GHz – 13 шт., учебная мебель (столы, стулья))

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Преподавание дисциплины подразумевает проведение лекций и семинарских занятий. Промежуточной формой контроля является экзамен