

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о подписи:  
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.08.2019 10:44:44  
Уникальный программный ключ:  
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Гостеприимство и межкультурные коммуникации»

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### **Б1.В.ДВ.06.2 «Реклама в гостиничном бизнесе и туризме»**

Направление подготовки:

**43.03.02 «Туризм»**

Направленность (профиль):

**«Туристская и экскурсионная деятельность»**

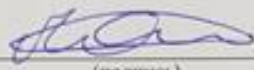
Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «Реклама в гостиничном бизнесе и туризме» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 516 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 29.06.2017 г. № 47223).

Разработчик РПД:

К.и.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)



(подпись)

Л.Ю.Лепешкина

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки



(подпись)

В.Н.Еремина

Начальник управления информатизации



(подпись)

В.В.Обухов

РПД утверждена на заседании кафедры «Гостеприимство и межкультурные коммуникации» «07» июня 2019 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой,

К.ф.и., доцент

(уч.степень, уч.звание)



(подпись)

Н.Д.Алексеева

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического отдела



(подпись)

Н.М.Шемендюк

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 7 от 26.06.2019 г.

Срок действия рабочей программы дисциплины до 26.06.2024 г.

## АННОТАЦИЯ

### Б1.В.ДВ.06.2. Реклама в гостиничном бизнесе и туризме

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата и является элективной дисциплиной, углубляющей освоение профиля (Дисциплины по выбору).

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Код и наименование компетенции                                                                                                                        | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Основание (ПС)<br>* для профессиональных компетенций                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-2. Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий | ИПК-2.1. Проводит изучение туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов<br>ИПК-2.2. Формирует туристский и экскурсионный продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.<br>ИПК-2.3. Составляет программу обслуживания туристов<br>ИПК-2.4. Организует продажу и продвижение туристского продукта и отдельных туристских и экскурсионных услуг. | <b>Знает:</b> основные составляющие технологий организации и проведения рекламных кампаний, а также направления повышения их результативности в сфере гостиничного бизнеса и туризма.<br><b>Умеет:</b> применять полученные теоретические знания в процессе составления различных документов и рекламных сообщений в сфере гостиничного бизнеса.<br><b>Владеет:</b> средствами коммуникативного воздействия в сфере гостиничного бизнеса и туризма, а также первичными навыками использования этих средств при создании рекламных сообщений. | 04.005<br>Экскурсовод (гид)<br><br>Анализ отечественного и зарубежного опыта, международных норм и стандартов |

#### Краткое содержание дисциплины:

Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса и туризма. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе и туризме.

Гостиничная и туристская услуга как объект рекламы. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса и туризма. Виды рекламных стратегий.

Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе и туризме.

Имидж как средство рекламы. Имидж гостиничного и/или туристского предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства и туризма.

Виды рекламы. Эффективность различных видов рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса и туризма.

Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства и туризма. Выставка как одно из основных рекламных мероприятий в сфере гостиничного бизнеса. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда.

Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии. Виды современных систем резервирования гостиниц. Организация работы с глобальными системами резервирования

Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет. Создание корпоративного сайта. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет.

Программы лояльности. Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса и туризма. Организация работы отдела маркетинга и рекламы.

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## 1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

- углубление уровня освоения обучающимися профессиональных компетенций, необходимых для решения следующих задач профессиональной деятельности:

| Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)                                                                                                             | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 33. Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.) | Технологический                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>–разработка туристского и экскурсионного продукта, учитывающего этнокультурные, исторические религиозные аспекты, требования действующего законодательства с использованием современных технологий в сфере туризма, маркетинга, коммерции, логистики;</li> <li>–использование технологий рационального природопользования при формировании туристского продукта;</li> <li>–применение современных информационно-коммуникационных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг;</li> <li>–построение эффективной системы продвижения туристского продукта;</li> <li>–обеспечение безопасности туристской деятельности, включая охрану труда.</li> </ul> |

К основным задачам изучения дисциплины относится подготовка обучающихся к выполнению следующих трудовых функций в соответствии с профессиональными стандартами:

| Наименование профессиональных стандартов (ПС) | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована дисциплина | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована дисциплина |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 04.005 Экскурсовод (гид)                      | ОТФ С. Проведение экскурсий, уровень квалификации -6                              | С/01.6. Разработка экскурсий<br>С/02.6. Проведение экскурсий             |
| Анализ отечественного и международного опыта  |                                                                                   | Формирование туристского продукта                                        |

## 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код и наименование компетенции                                                                                                                        | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Основание (ПС)<br>* для профессиональных компетенций                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-2. Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно коммуникативных технологий | ИПК-2.1. Проводит изучение туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов<br>ИПК-2.2. Формирует туристский и экскурсионный продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.<br>ИПК-2.3. Составляет программу обслуживания туристов<br>ИПК-2.4. Организует продажу и продвижение туристского продукта и отдельных туристских и экскурсионных услуг. | <b>Знает:</b> основные составляющие технологий организации и проведения рекламных кампаний, а также направления повышения их результативности в сфере гостиничного бизнеса и туризма.<br><b>Умеет:</b> применять полученные теоретические знания в процессе составления различных документов и рекламных сообщений в сфере гостиничного бизнеса.<br><b>Владеет:</b> средствами коммуникативного воздействия в сфере гостиничного бизнеса и туризма, а также первичными навыками использования этих средств при создании рекламных сообщений. | 04.005<br>Экскурсовод (гид)<br><br>Анализ отечественного и международного опыта |

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата и является элективной дисциплиной, углубляющей освоение профиля (Дисциплины по выбору).

Освоение дисциплины осуществляется: по очной форме обучения в 3 семестре, по заочной форме обучения в 3 семестре.

Дисциплины, на освоении которых базируется данная дисциплина:

- Сервисная деятельность,
- Речевая коммуникация

Дисциплины, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины:

- Инновации в сфере туризма и гостеприимства
- Анимация в индустрии туризма и гостеприимства
- Маркетинг
- Технологии продвижения и продаж туристского и экскурсионного продукта

Основные положения дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 час.), их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

| Виды учебных занятий и работы обучающихся                                                                                                                   | Трудоемкость, час                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <b>Формат изучения дисциплины</b> (традиционный или с использованием элементов электронного обучения)                                                       | с использованием элементов электронного обучения |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>                                                                                                                        | 108                                              |
| <b>Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:</b>                                                             | 46 / 14                                          |
| <b>занятия лекционного типа</b> (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками) | 18 / 6                                           |
| <b>занятия семинарского типа</b> (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)                                       | 28 / 8                                           |
| <b>Самостоятельная работа всего, в т.ч.:</b>                                                                                                                | 35 / 85                                          |
| Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины                                                                                                               | 35 / 85                                          |
| Выполнение курсового проекта /курсовой работы                                                                                                               | - / -                                            |
| Подготовка к промежуточной аттестации                                                                                                                       | 27 / 9                                           |
| <b>Промежуточная аттестация</b>                                                                                                                             | <b>Экзамен</b>                                   |

### 3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код формируемой<br>компетенции и<br>индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                                                                                              | Виды учебной работы |                             |                              |                                | Формы проведения учебной работы                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                         | Контактная работа   |                             |                              | Самостоятельная<br>работа, час |                                                                                                      |
|                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                         | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                |                                                                                                      |
| 3 семестр                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                         |                     |                             |                              |                                |                                                                                                      |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                           | Обзорная лекция-консультация по изучению учебного курса                                                                                                                                                                                                 | 1                   | ×                           |                              |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                           | <b>Тема 1.</b> Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса и туризма. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе и туризме.                                                                             | 1                   | ×                           |                              |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |
|                                                                                                                                           | Практическое занятие № 1. Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса и туризма.                                                                                                                                                |                     | ×                           | 2                            |                                | Семинар-дискуссия                                                                                    |
|                                                                                                                                           | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                  |                     | ×                           |                              | ×                              |                                                                                                      |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                           | <b>Тема 2.</b> Гостиничная и туристская услуга как объект рекламы. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса и туризма. Виды рекламных стратегий.                                                                                     | 2                   | ×                           |                              |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |
|                                                                                                                                           | Практическое занятие № 2. Гостиничная и туристская услуга как объект рекламы.                                                                                                                                                                           |                     | ×                           | 2                            |                                | Семинар. Доклады, сообщения студентов.                                                               |
|                                                                                                                                           | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                  |                     | ×                           |                              | 4                              | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                           | <b>Тема 3.</b> Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе и туризме. | 2                   | ×                           |                              |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |
|                                                                                                                                           | Практическое занятие № 3. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний.                                                                             |                     | ×                           | 4                            |                                | Семинар. Доклады, сообщения студентов.                                                               |
|                                                                                                                                           | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                  |                     | ×                           |                              | 4                              | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.                                                                                                                | <b>Тема 4.</b> Имидж как средство рекламы. Имидж гостиничного и/или туристского предприятия как                                                                                                                                                         | 2                   | ×                           |                              |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код формируемой<br>компетенции и<br>индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Виды учебной работы |                             |                              |                                | Формы проведения учебной работы                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Контактная работа   |                             |                              | Самостоятельная<br>работа, час |                                                                                                      |
|                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                |                                                                                                      |
| ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                                                         | средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства и туризма.                                                                                                                                                                        |                     |                             |                              |                                |                                                                                                      |
|                                                                                                                                           | Практическое занятие № 4. Имидж как средство рекламы.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                     | ×                           | 2                            |                                | Семинар. Доклады, сообщения, защита рефератов.                                                       |
|                                                                                                                                           | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                     | ×                           |                              | 6                              | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                           | <b>Тема 5.</b> Виды рекламы. Эффективность различных видов рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса и туризма.                                                                                                                                                                                                                         | 2                   | ×                           |                              |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |
|                                                                                                                                           | Практическое занятие № 5. Виды рекламы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                     |                             | 4                            |                                | Семинар. Доклады, сообщения, защита рефератов.                                                       |
|                                                                                                                                           | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                     | ×                           |                              | 6                              | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                           | <b>Тема 6.</b> Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства и туризма. Выставка как одно из основных рекламных мероприятий в сфере гостиничного бизнеса. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда. | 2                   | ×                           |                              |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |
|                                                                                                                                           | Практическое занятие № 6. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства и туризма.                                                                                                                                                                                                                                                          |                     | ×                           | 4                            |                                | Семинар. Доклады, сообщения, презентации студентов.                                                  |
|                                                                                                                                           | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                     | ×                           |                              | 4                              | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                           | <b>Тема 7.</b> Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии. Виды современных систем резервирования гостиниц. Организация работы с глобальными системами резервирования.                                                                                                                                                | 2                   | ×                           |                              |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |
|                                                                                                                                           | Практическое занятие № 7. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии.                                                                                                                                                                                                                                                 |                     | ×                           | 4                            |                                | Семинар. Доклады, сообщения, защита рефератов.                                                       |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код формируемой<br>компетенции и<br>индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                                                   | Виды учебной работы |                             |                              |                                | Формы проведения учебной работы                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                              | Контактная работа   |                             |                              | Самостоятельная<br>работа, час |                                                                                                      |
|                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                              | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                |                                                                                                      |
|                                                                                                                                           | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                       |                     | ×                           |                              | 4                              | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                           | <b>Тема 8.</b> Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет. Создание корпоративного сайта. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет.                                                          | 2                   | ×                           | 4                            |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |
|                                                                                                                                           | Практическое занятие № 8. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет.                                                                                                                              |                     | ×                           |                              |                                | Семинар. Доклады, сообщения, презентации студентов.                                                  |
|                                                                                                                                           | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                       |                     | ×                           |                              | 3                              | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                           | <b>Тема 9.</b> Программы лояльности. Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса и туризма. Организация работы отдела маркетинга и рекламы. | 2                   | ×                           |                              |                                | Лекция-визуализация                                                                                  |
|                                                                                                                                           | Практическое занятие № 9. Программы лояльности.                                                                                                                                                              |                     | ×                           | 2                            |                                | Семинар. Доклады, сообщения, презентации студентов.                                                  |
|                                                                                                                                           | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                       |                     | ×                           |                              | 4                              | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям |
|                                                                                                                                           | <b>ИТОГО за 3 семестр</b>                                                                                                                                                                                    | <b>18</b>           |                             | <b>28</b>                    | <b>35</b>                      |                                                                                                      |

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации  
(технологическая карта для студентов очной формы обучения)**

| Формы текущего контроля                                               | Условия допуска          | Количество контрольных точек | Количество баллов за 1 контр. точку | Макс. возм. кол-во баллов |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| <i>Доклад/сообщение</i>                                               | допускаются все студенты | 6                            | 5                                   | 30                        |
| <i>Тестирование по темам лекционных занятий</i>                       | допускаются все студенты | 1                            | 20                                  | 20                        |
| <i>Реферат</i>                                                        | допускаются все студенты | 1                            | 10                                  | 10                        |
| <i>Творческий рейтинг (участие в конференциях, олимпиадах и т.п.)</i> | допускаются все студенты | 2                            | 20                                  | 40                        |
| <b>Итого по дисциплине</b>                                            |                          |                              |                                     | <b>100 баллов</b>         |

| Форма проведения промежуточной аттестации | Условия допуска          | Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения |                      | Шкала оценки уровня освоения дисциплины |                                                 |                             |
|-------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------|
|                                           |                          | Уровневая шкала оценки компетенций                        | 100 бальная шкала, % | 100 бальная шкала, %                    | 5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл | недифференцированная оценка |
| Экзамен                                   | допускаются все студенты | допороговый                                               | ниже 61              | ниже 61                                 | «неудовлетворительно» / 2                       | не зачтено                  |
|                                           |                          | пороговый                                                 | 61-85,9              | 61-69,9                                 | «удовлетворительно» / 3                         | зачтено                     |
|                                           |                          |                                                           |                      | 70-85,9                                 | «хорошо» / 4                                    | зачтено                     |
|                                           |                          | повышенный                                                | 86-100               | 86-100                                  | «отлично» / 5                                   | зачтено                     |

### 3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты освоения:<br>код формируемой<br>компетенции и<br>индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                  | Виды учебной работы |                             |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                         | Формы<br>текущего контроля<br>(наименование оценочного<br>средства) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                             | Контактная работа   |                             |                              | Формы проведения<br>контактной работы :<br>лекций, лабораторных,<br>практических занятий | Самостоятельная работа |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                             | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                                                                          | в часах                | формы организации<br>самостоятельной<br>работы                                                          |                                                                     |
| 3 семестр                                                                                                                              |                                                                                                                                                                             |                     |                             |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                         |                                                                     |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | Обзорная лекция-консультация по изучению учебного курса                                                                                                                     | 1                   | ×                           |                              | Дискуссия                                                                                | ×                      | ×                                                                                                       |                                                                     |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | <b>Тема 1.</b> Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса и туризма. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе и туризме. | 1                   | ×                           |                              | Лекция-визуализация                                                                      |                        |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Практическое занятие № 1. Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса и туризма.                                                                    |                     | ×                           |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Самостоятельная работа                                                                                                                                                      |                     | ×                           |                              |                                                                                          | 5                      | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/<br>сообщений к семинарским занятиям | Собеседование                                                       |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | <b>Тема 2.</b> Гостиничная и туристская услуга как объект рекламы. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса и туризма. Виды рекламных стратегий.         | 1                   | ×                           |                              | Лекция-визуализация                                                                      |                        |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Практическое занятие № 2. Гостиничная и туристская услуга как объект рекламы.                                                                                               |                     | ×                           | 1                            | Семинар. Доклады, сообщения студентов.                                                   |                        |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Самостоятельная работа                                                                                                                                                      |                     | ×                           |                              |                                                                                          | 10                     | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/<br>сообщений к                      | Реферат                                                             |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты освоения:<br>код формируемой<br>компетенции и<br>индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                                                                                                          | Виды учебной работы |                             |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                         | Формы<br>текущего контроля<br>(наименование оценочного<br>средства) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Контактная работа   |                             |                              | Формы проведения<br>контактной работы :<br>лекций, лабораторных,<br>практических занятий | Самостоятельная работа |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                                                                          | в часах                | формы организации<br>самостоятельной<br>работы                                                          |                                                                     |
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                     |                             |                              |                                                                                          |                        | семинарским занятиям                                                                                    |                                                                     |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | Тема 3. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе и туризме.                    | 1                   | ×                           |                              | Лекция-визуализация                                                                      |                        |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Практическое занятие № 3. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний.                                                                                         |                     | ×                           | 1                            | Семинар. Доклады, сообщения студентов.                                                   |                        |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                              |                     | ×                           |                              |                                                                                          | 10                     | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/<br>сообщений к семинарским занятиям | Реферат                                                             |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | Тема 4. Имидж как средство рекламы. Имидж гостиничного и/или туристского предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства и туризма. |                     | ×                           |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Практическое занятие № 4. Имидж как средство рекламы.                                                                                                                                                                                                               |                     | ×                           | 1                            | Семинар. Доклады, сообщения студентов.                                                   |                        |                                                                                                         |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                              |                     | ×                           |                              |                                                                                          | 10                     | Самостоятельное изучение учебных                                                                        | Доклад                                                              |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты освоения:<br>код формируемой<br>компетенции и<br>индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Виды учебной работы |                             |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                                  | Формы<br>текущего контроля<br>(наименование оценочного<br>средства) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Контактная работа   |                             |                              | Формы проведения<br>контактной работы :<br>лекций, лабораторных,<br>практических занятий | Самостоятельная работа |                                                                                                                  |                                                                     |
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                                                                          | в часах                | формы организации<br>самостоятельной<br>работы                                                                   |                                                                     |
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                     |                             |                              |                                                                                          |                        | материалов<br>Подготовка докладов/<br>сообщений к<br>семинарским занятиям                                        |                                                                     |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | <b>Тема 5.</b> Виды рекламы.<br>Эффективность различных видов<br>рекламной деятельности в сфере<br>гостиничного бизнеса и туризма.                                                                                                                                                                                                                                              | 1                   | ×                           |                              | Лекция-визуализация                                                                      |                        |                                                                                                                  |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Практическое занятие № 5. Виды<br>рекламы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                     | ×                           | 1                            | Семинар. Доклады,<br>сообщения студентов.                                                |                        |                                                                                                                  |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                     | ×                           |                              |                                                                                          | 10                     | Самостоятельное<br>изучение учебных<br>материалов<br>Подготовка докладов/<br>сообщений к<br>семинарским занятиям | Доклад                                                              |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | <b>Тема 6.</b> Выставочная деятельность в<br>индустрии гостеприимства и туризма.<br>Выставка как одно из основных<br>рекламных мероприятий в сфере<br>гостиничного бизнеса. Реклама<br>гостиничных услуг на выставках и<br>ярмарках: характеристика<br>выставочных мероприятий, процесс<br>участия в работе выставки, подготовка<br>команды, оформление выставочного<br>стенда. | 1                   | ×                           |                              | Лекция-визуализация                                                                      |                        |                                                                                                                  |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Практическое занятие № 6.<br>Выставочная деятельность в<br>индустрии гостеприимства и туризма.                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     | ×                           | 1                            | Семинар. Доклады,<br>сообщения студентов.                                                |                        |                                                                                                                  |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                     | ×                           |                              |                                                                                          | 10                     | Самостоятельное<br>изучение учебных<br>материалов<br>Подготовка докладов/                                        | Доклад                                                              |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты освоения:<br>код формируемой<br>компетенции и<br>индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                                  | Виды учебной работы |                             |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                      | Формы<br>текущего контроля<br>(наименование оценочного<br>средства) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                             | Контактная работа   |                             |                              | Формы проведения<br>контактной работы :<br>лекций, лабораторных,<br>практических занятий | Самостоятельная работа |                                                                                                      |                                                                     |
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                             | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                                                                          | в часах                | формы организации<br>самостоятельной<br>работы                                                       |                                                                     |
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                             |                     |                             |                              |                                                                                          |                        | сообщений к<br>семинарским занятиям                                                                  |                                                                     |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | Тема 7. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии. Виды современных систем резервирования гостиниц. Организация работы с глобальными системами резервирования. |                     | ×                           |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                      |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Практическое занятие № 7. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии.                                                                                           |                     | ×                           | 1                            | Семинар. Доклады, сообщения студентов.                                                   |                        |                                                                                                      |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                      |                     | ×                           |                              |                                                                                          | 10                     | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям | Доклад                                                              |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | Тема 8. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет. Создание корпоративного сайта. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет.                                                |                     | ×                           |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                      |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Практическое занятие № 8. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет.                                                                                                             |                     | ×                           | 1                            | Семинар. Доклады, сообщения студентов.                                                   |                        |                                                                                                      |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                      |                     | ×                           |                              |                                                                                          | 10                     | Самостоятельное изучение учебных материалов<br>Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям | Доклад                                                              |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты освоения:<br>код формируемой<br>компетенции и<br>индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                                                           | Виды учебной работы |                             |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                                  | Формы<br>текущего контроля<br>(наименование оценочного<br>средства) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                      | Контактная работа   |                             |                              | Формы проведения<br>контактной работы :<br>лекций, лабораторных,<br>практических занятий | Самостоятельная работа |                                                                                                                  |                                                                     |
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                      | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                                                                          | в часах                | формы организации<br>самостоятельной<br>работы                                                                   |                                                                     |
|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                      |                     |                             |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                                  |                                                                     |
| ПК-2.<br>ИПК-2.1. ИПК-2.2.<br>ИПК-2.3. ИПК-2.4.                                                                                        | Тема 9. Программы лояльности.<br>Работа с постоянными гостями как<br>эффективное направление рекламной<br>деятельности в сфере гостиничного<br>бизнеса и туризма. Организация<br>работы отдела маркетинга и рекламы. |                     | ×                           |                              |                                                                                          |                        |                                                                                                                  |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Практическое занятие № 9.<br>Программы лояльности.                                                                                                                                                                   |                     | ×                           | 1                            | Семинар. Доклады,<br>сообщения студентов.                                                |                        |                                                                                                                  |                                                                     |
|                                                                                                                                        | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                               |                     | ×                           |                              |                                                                                          | 10                     | Самостоятельное<br>изучение учебных<br>материалов<br>Подготовка докладов/<br>сообщений к<br>семинарским занятиям | Реферат                                                             |
|                                                                                                                                        | ИТОГО за 3 семестр                                                                                                                                                                                                   | 6                   |                             | 8                            |                                                                                          | 85                     |                                                                                                                  |                                                                     |

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**  
**(технологическая карта для студентов заочной формы обучения)**

| Формы текущего контроля                                               | Условия допуска            | Количество контрольных точек | Количество баллов за 1 контр. точку | Макс. возм. кол-во баллов |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| <i>Доклад/сообщение</i>                                               | допускаются все студенты   | 6                            | 5                                   | 30                        |
| <i>Тестирование по темам лекционных занятий</i>                       | допускаются все студенты   | 1                            | 20                                  | 20                        |
| <i>Реферат</i>                                                        | допускаются все студенты   | 1                            | 10                                  | 10                        |
| <i>Творческий рейтинг (участие в конференциях, олимпиадах и т.п.)</i> | допускаются все студенты   | 2                            | 20                                  | 40                        |
|                                                                       | <b>Итого по дисциплине</b> |                              |                                     | <b>100 баллов</b>         |

| Форма проведения промежуточной аттестации | Условия допуска          | Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения |                       | Шкала оценки уровня освоения дисциплины |                                                  |                             |
|-------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------|
|                                           |                          | Уровневая шкала оценки компетенций                        | 100 балльная шкала, % | 100 балльная шкала, %                   | 5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл | недифференцированная оценка |
| Экзамен                                   | допускаются все студенты | допороговый                                               | ниже 61               | ниже 61                                 | «неудовлетворительно» / 2                        | не зачтено                  |
|                                           |                          | пороговый                                                 | 61-85,9               | 61-69,9                                 | «удовлетворительно» / 3                          | зачтено                     |
|                                           |                          |                                                           |                       | 70-85,9                                 | «хорошо» / 4                                     | зачтено                     |
|                                           |                          | повышенный                                                | 86-100                | 86-100                                  | «отлично» / 5                                    | зачтено                     |

## **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии**

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

-балльно-рейтинговая технология оценивания.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

**Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень)**, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

**Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень)**, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

**Результат обучения считается несформированным**, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений,

качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

#### **4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

#### **4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на лабораторных работах**

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

#### **4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа**

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

#### **4.5. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

#### **4.6. Методические указания для выполнения курсового проекта / работы**

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены.

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

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

#### **Основная литература**

1. Антипов, К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учеб. для экон. вузов / К. В. Антипов. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2018. - 326 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415267>.
2. Поляков, В. А. Рекламный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Документ HTML. - М. : Курс [и др.], 2018. - 352 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=257602#none>.
3. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / О. Н. Ткаченко под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский. гос. техн. ун-т (ОмГТУ). - Документ Bookread2. - М. : Магистр [и др.], 2018. - 175 с. : ил. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=937464>.
4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2018. - 324 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=342869>.

#### **Дополнительная литература**

5. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум [Электронный ресурс] / Л. В. Баумгартен. - Документ Bookread2. - М. : Вуз. учеб. [и др.], 2016. - 216 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=502143>.
6. Гусаров, Ю. В. Рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по направлению "Торговое дело" / Ю. В. Гусаров, Л. Ф. Гусарова. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 312 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/>.
7. Музыкант, В. Л. Реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по специальности "Реклама" и "Маркетинг" / В. Л. Музыкант. - Документ HTML. - М. : РИОР [и др.], 2011. - 198 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=226964>.
8. Романов, А. А. Разработка рекламного продукта [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по специальности 032401 "Реклама" / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Документ Bookread2. - М. : Вуз. учеб. [и др.], 2010. - 255 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=189456>.
9. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - Документ HTML. - М. : Дашков и К, 2012. - 324 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=342869>.

### **5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы**

1. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. – Загл. с экрана.

2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. – Загл. с экрана.
3. Открытое образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://openedu.ru/>. – Загл. с экрана.
4. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/>. – Загл. с экрана.
5. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/> – Загл. с экрана.
6. Электронно-библиотечная система Лань [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>. – Загл. с экрана.
7. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znanium.com/>. – Загл. с экрана.

### 5.3. Программное обеспечение

| № п/п | Наименование      | Условия доступа                                                                 |
|-------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Microsoft Windows | из внутренней сети университета (лицензионный договор)                          |
| 2     | Microsoft Office  | из внутренней сети университета (лицензионный договор)                          |
| 3     | КонсультантПлюс   | из внутренней сети университета (лицензионный договор)                          |
| 4     | СДО MOODLE        | из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор) |

## 7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

**Занятия лекционного типа.** Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

**Занятия семинарского типа.** Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

**Промежуточная аттестация.** Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

**Самостоятельная работа.** Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

компьютерные классы университета;

библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

**Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).** Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ**

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**8.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости**

**8.1.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям (темы докладов/сообщений)**

*Практическое занятие № 1. Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса и туризма.*

1. Понятие маркетинговых коммуникаций.
2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе и туризме.

*Практическое занятие № 2. Гостиничная и туристская услуга как объект рекламы.*

1. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса и туризма.
2. Виды рекламных стратегий.

*Практическое занятие № 3. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний.*

1. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием.
2. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе и туризме.

*Практическое занятие № 4. Имидж как средство рекламы.*

1. Имидж гостиничного и/или туристского предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников.
2. Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства и туризма.

*Практическое занятие № 5. Виды рекламы.*

1. Основные виды рекламы.
2. Эффективность различных видов рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса и туризма.

*Практическое занятие № 6. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства и туризма.*

1. Выставка как одно из основных рекламных мероприятий в сфере гостиничного бизнеса.
2. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда.

*Практическое занятие № 7. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии.*

1. Виды современных систем резервирования гостиниц.
2. Организация работы с глобальными системами резервирования.

*Практическое занятие № 8. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет.*

1. Создание корпоративного сайта.
2. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет.

*Практическое занятие № 9. Программы лояльности.*

1. Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса и туризма.
2. Организация работы отдела маркетинга и рекламы.

### **8.1.2. Типовые задания для лабораторных работ**

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

### **8.1.3. Перечень дискуссионных тем для круглого стола (дискуссии, диспута, дебатов)**

1. Место и роль рекламы в гостиничном и туристском бизнесе.
2. Государственный контроль в сфере рекламы и ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Творческие стратегии в рекламе различных уровней: местной, региональной, национальной, международной.
4. Реклама и национальные стереотипы.

### **8.1.4. Типовые вопросы (задания) для устного (письменного) опроса**

1. Реклама как социокультурный феномен.
2. Специфика рекламы в сфере туризма и гостеприимства.
3. Реклама как способ межкультурной коммуникации в гостиничном бизнесе.
4. Культурно-национальные особенности восприятия рекламы.
5. Анализ рекламного рынка г.о. Тольятти.
6. Принципы включения рекламы в городское пространство.
7. Особенности рекламной деятельности туристского или гостиничного предприятия с учетом его позиций на рынке (на примере выбранного предприятия).
8. Влияние цветовых ассоциаций на потребителей рекламы.
9. Световая реклама как средство наружной рекламы.
10. Коммуникативные функции рекламы.
11. Рекламные сувениры и их роль в сфере туризма и гостеприимства.
12. Роль маркетинговых исследований в процессе подготовки и проведения рекламной кампании.
13. Российский выставочный рынок: история, основные участники.
14. Саморегулирование в области рекламы.
15. Зрелищная реклама.
16. Игровая природа рекламы.
17. Планирование и разработка рекламной продукции.
18. Организация и профессиональное оформление выставок в сфере туризма и гостеприимства.
19. Реклама в системе маркетинга.
20. Реклама в мероприятиях по стимулированию сбыта туристских или гостиничных услуг.
21. Разработка и регистрация фирменных знаков и торговых марок.
22. Роль рекламы в оценке конкурентоспособности туристских или гостиничных услуг на внутреннем рынке России.

### **8.1.5. Типовые темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов**

1. Место и роль рекламы в гостиничном бизнесе.
2. Отличие российской рекламы от зарубежной.
3. Классификация рекламы в сфере туризма.
4. Реклама с позиции «жизненного цикла» туристской или гостиничной услуги.
5. История развития зарубежной рекламы.
6. История развития отечественной рекламы.
7. Типы рекламных агентств.
8. Функции и структура рекламного агентства.

9. Правовые аспекты рекламной деятельности
10. Рекламная деятельность: понятие, сфера, особенности планирования.
11. Рекламные исследования: виды, инструменты, этапы проведения.
12. Государственный контроль в сфере рекламы и ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.
13. Рекламная кампания: понятие, виды.
14. Рекламные стратегии: утилитарная, проекционная, смешанная.
15. Выбор средств распространения рекламы.
16. Печатная реклама: виды, преимущества и недостатки.
17. Телереклама: виды, преимущества и недостатки.
18. Преимущества и недостатки рекламы в прессе.
19. Наружная реклама: виды, особенности размещения, преимущества и недостатки.
20. Интернет-реклама: виды, преимущества и недостатки.
21. Радиореклама: виды, особенности, преимущества и недостатки.
22. Процесс разработки рекламного сообщения.
23. Структура рекламного сообщения.
24. Художественное оформление рекламы.
25. Психология цвета и формы в рекламе.
26. Методы определения объема ассигнований на рекламную кампанию.
27. Эффективность рекламной деятельности.
28. Роль выставок и ярмарок в сфере туризма и гостеприимства.
29. Подготовка гостиничного предприятия к участию в выставке.
30. Процесс участия турфирмы в работе выставки.
31. Этапы разработки фирменного стиля (товарный знак, логотип, цветовая гамма).

#### **8.1.6. Типовые тестовые задания**

##### **Тема 1. Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса и туризма.**

1. «...Процесс планирования и осуществления разработки, установления цены, продвижения и распределения идей, товаров и услуг для создания ситуаций обмена, которые удовлетворяют цели людей и организаций» представляет собой»:
  - А. стратегическое планирование.
  - Б. рекламу.
  - В. продажи.
  - Г. маркетинг.
  - Д. консьюмеризм.
2. В комплексе маркетинговых коммуникаций «промоциональными» видами рекламной деятельности часто называют:
  - А. Product Placement и событийный маркетинг.
  - Б. Прямой маркетинг и личная продажа.
  - В. Сейлз промоушн и паблик рилейшнз.

##### **Тема 2. Гостиничная и туристская услуга как объект рекламы.**

3. Реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг составляют:
  - А. факторы управления коммуникациями.
  - Б. элементы средств массовой информации.
  - В. элементы комплекса продвижения.
  - Г. маркетинговую матрицу.
  - В. ни одно из перечисленных
4. Выберите в предложенном списке характеристик ту, которая не относится к гостиничному продукту:
  - А. Неосвязаемость, абстрактность.

- Б. Отсутствие непосредственного контакта между производителем (исполнителем) и потребителем
  - В. Непосредственное взаимодействие исполнителя и потребителя.
  - Г. Невозможность хранения.
  - Д. Необходимость складирования.
5. Что представляет собой реклама?
- А. Платное, не личное представление и продвижение товаров и услуг.
  - Б. Сообщение о свойствах товара через средства массовой информации.
  - В. Сведения о товарах и услугах на щитах, на городском транспорте.
  - Г. информация, принижающая достоинства товаров конкурентов.

**Тема 3. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний.**

6. Наиболее часто в маркетинге используют следующее определение категории «рынок»:
- А. магазин, где продаются колониальные товары.
  - Б. любое место, где покупатель может приобрести товар.
  - В. специфический ассортимент товаров, выставленных для продажи.
  - Г. группа компаний, располагающая продукцией для продажи.
  - Д. люди, имеющие желание и возможность приобрести определенный товар.
7. В зависимости от степени охвата рынка рекламные кампании можно разделить на типы:
- А. сегментированные, комплексные, локальные.
  - Б. комплексные, агрегатированные, локальные.
  - В. сегментированные, агрегатированные, тотальные.
8. Набор цветовых, графических, словесных, типографских, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство в оформлении товаров, внутренней среды фирмы, а также всей исходящей от фирмы информации, - это:
- А. фирменный знак.
  - Б. рекламный образ.
  - В. фирменный стиль.

**Тема 4. Имидж как средство рекламы.**

9. Имидж является:
- А. образом;
  - Б. рекламой;
  - В. пиаром;
  - Г. паблисити.
10. Пресс-релиз – это:
- А. информация текущего, событийного характера;
  - Б. статья с целью развлечения;
  - В. сообщение, содержащее важную новость для широкой аудитории;
  - Г. статья, подписанная должностным лицом конкретной фирмы.
11. Основой корпоративного имиджа является:
- А. корпоративная философия;
  - Б. корпоративная общественность;
  - В. руководитель организации;
  - Г. позиционирование организации.

**Тема 5. Виды рекламы.**

12. Прямой маркетинг – это:
- А. устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
  - Б. устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
  - В. продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения.
13. К стимулированию сбыта можно отнести:
- А. конкурсы с подарками;

Б. беспроигрышные лотереи;

В. все вышеперечисленное.

14. Основная цель публичных отношений – это:

А. повышение уровня продаж;

Б. разработка рекламных компаний;

В. создание прочной позиции предприятия в обществе и на рынках;

Г. создание новых товаров и услуг.

15. К наружной рекламе не относятся:

А. плакаты;

Б. баннеры;

В. каталоги.

#### **Тема 6. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства и туризма.**

16. Форумы для обсуждения актуальных проблем мировой туристской индустрии:

А. международные ярмарки;

Б. международные выставки;

В. международные периодические издания.

17. Выставки, в которых принимают участие представители различных отраслей:

А. многоотраслевые;

Б. универсальные;

В. отраслевые.

#### **Тема 7. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии.**

18. Какой способ продвижения гостиничной услуги предполагает размещение информации о ценах на гостиницы и сравнение этих цен?

А. ОСАГО

Б. САГО

В. ТРИВАГО

Г. ЦИАН

#### **Тема 8. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет.**

19. В настоящее время многие гостиницы размещают на своих сайтах данные о гостинице одновременно на нескольких языках. О каком элементе модели рекламной коммуникации идет речь?

А. Декодирование.

Б. Канал коммуникации.

В. Кодирование.

Г. Обратная связь.

#### **Тема 9. Программы лояльности.**

20. Гость, держатель карты программы лояльности AZIMUT Hotels, накапливает баллы на счете и получает дополнительные привилегии и возможности, разработанные специально для постоянных гостей. Как называется такое продвижение гостиничных услуг?

А. Событийный маркетинг.

Б. Прямой маркетинг.

В. Product Placement.

Г. Стимулирование сбыта.

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации по дисциплине**

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен (по результатам накопительного рейтинга или в форме компьютерного тестирования).

Устно-письменная форма по экзаменационным билетам предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности.

### **Перечень вопросов и заданий для подготовки к экзамену (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.):**

1. Понятие маркетинговых коммуникаций.
2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе и туризме.
3. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса и туризма.
4. Виды рекламных стратегий.
5. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием.
6. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе и туризме.
7. Имидж гостиничного и/или туристского предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников.
8. Особенности формирования фирменного стиля в сфере гостеприимства и туризма.
9. Основные виды рекламы.
10. Эффективность различных видов рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса и туризма.
11. Выставка как одно из основных рекламных мероприятий в сфере гостиничного бизнеса.
12. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда.
13. Виды современных систем резервирования гостиниц.
14. Организация работы с глобальными системами резервирования.
15. Создание корпоративного сайта.
16. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет.
17. Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса и туризма.
18. Организация работы отдела маркетинга и рекламы.

### **Примерный тест для итогового тестирования:**

Тема 1. Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса и туризма (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.)

1. «...Процесс планирования и осуществления разработки, установления цены, продвижения и распределения идей, товаров и услуг для создания ситуаций обмена, которые удовлетворяют цели людей и организаций» представляет собой»:

А. стратегическое планирование.

Б. рекламу.

В. продажи.

Г. маркетинг.

Д. консьюмеризм.

2. Агентство, предоставляющее комплексные услуги в области маркетинговых коммуникаций, называется:

А. полносервисным рекламным агентством.

Б. маркетинговым агентством.

В. сервисным рекламным агентством.

3. В комплексе маркетинговых коммуникаций «промоциональными» видами рекламной

деятельности часто называют:

- А. Product Placement и событийный маркетинг.
- Б. Прямой маркетинг и личная продажа.
- В. Сейлз промоушн и паблик рилейшнз.

Тема 2. Гостиничная и туристская услуга как объект рекламы (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.)

4. Реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг составляют:

- А. факторы управления коммуникациями.
- Б. элементы средств массовой информации.
- В. элементы комплекса продвижения.
- Г. маркетинговую матрицу.
- В. ни одно из перечисленных

5. Выберите в предложенном списке характеристик ту, которая не относится к гостиничному продукту:

- А. Неосвязаемость, абстрактность.
- Б. Отсутствие непосредственного контакта между производителем (исполнителем) и потребителем
- В. Непосредственное взаимодействие исполнителя и потребителя.
- Г. Невозможность хранения.
- Д. Необходимость складирования.

6. Выберите в предложенном списке характеристик ту, которая не относится к гостиничному продукту:

- А. Непостоянство качества.
- Б. Необходимость соблюдения равновесия между человеческими и техническими факторами.
- В. Отсутствие непосредственного контакта между производителем (исполнителем) и потребителем.
- Г. Преобладание технических факторов над человеческими факторами.
- Д. Сравнительное постоянство качества.

7. Гостиничный бренд «Marriot» представлен на рынке Москвы отелями разной классности: «Marriot Тверская» для бизнесменов среднего уровня управления; «Marriot Гранд» для высшего руководства корпораций; «Marriot Аврора» для президентов корпораций, политиков высшего ранга, звезд эстрады. На основе какого процесса осуществлено деление:

- А. Сегментация рынка.
- Б. Дифференциация услуг.
- В. Дегуманизация услуг.
- Г. Мажоризация услуг.
- Д. Гламуризация услуг.

8. Что представляет собой реклама?

- А. Платное, не личное представление и продвижение товаров и услуг.
- Б. Сообщение о свойствах товара через средства массовой информации.
- В. Сведения о товарах и услугах на щитах, на городском транспорте.
- Г. информация, принижающая достоинства товаров конкурентов.

Тема 3. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным и/или туристским предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.)

9. Наиболее часто в маркетинге используют следующее определение категории «рынок»:

- А. магазин, где продаются колониальные товары.
- Б. любое место, где покупатель может приобрести товар.
- В. специфический ассортимент товаров, выставленных для продажи.
- Г. группа компаний, располагающая продукцией для продажи.
- Д. люди, имеющие желание и возможность приобрести определенный товар.

10. Название, знак, символ, предназначенный для идентификации товаров и услуг:

- А. бренд
- Б. сегмент
- В. патент

11. В зависимости от степени охвата рынка рекламные кампании можно разделить на типы:

- А. сегментированные, комплексные, локальные.
- Б. комплексные, агрегатированные, локальные.
- В. сегментированные, агрегатированные, тотальные

12. Набор цветовых, графических, словесных, типографских, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство в оформлении товаров, внутренней среды фирмы, а также всей исходящей от фирмы информации, - это:

- А. фирменный знак.
- Б. рекламный образ.
- В. фирменный стиль.

13. Что является объектом сегментирования в гостинице?

- А. Гости (потребители услуг).
- Б. Сотрудники, оказывающие услугу.
- В. Поставщики услуг.
- Г. Покупатели услуг.

#### Тема 4. Имидж как средство рекламы (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.)

14. Имидж является:

- А. образом;
- Б. рекламой;
- В. пиаром;
- Г. паблисити.

15. Акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление, соответствующее чьим-либо идеалам:

- А. стереотип;
- Б. репутация;
- В. самопрезентация;
- Г. пиар.

16. Пресс-релиз – это:

- А. информация текущего, событийного характера;
- Б. статья с целью развлечения;
- В. сообщение, содержащее важную новость для широкой аудитории;
- Г. статья, подписанная должностным лицом конкретной фирмы.

17. Основой корпоративного имиджа является:

- А. корпоративная философия;
- Б. корпоративная общественность;
- В. руководитель организации;
- Г. позиционирование организации.

#### Тема 5. Виды рекламы (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.)

18. Прямой маркетинг – это:

- А. устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
- Б. устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
- В. продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения.

19. К стимулированию сбыта можно отнести:

- А. конкурсы с подарками;
- Б. беспроигрышные лотереи;
- В. все вышеперечисленное.

20. Основная цель паблик рилейшнз – это:

- А. повышение уровня продаж;

- Б. разработка рекламных компаний;
- В. создание прочной позиции предприятия в обществе и на рынках;
- Г. создание новых товаров и услуг.

21. К наружной рекламе не относятся:

- А. плакаты;
- Б. баннеры;
- В. каталоги.

22. Вид рекламы, который обычно используют как сопутствующий:

- А. реклама на транспорте;
- Б. наружная реклама;
- В. сувенирная реклама.

23. Устное представление туристского продукта в ходе беседы с покупателем:

- А. личные продажи;
- Б. стимулирование сбыта;
- В. связи с общественностью.

Тема 6. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства и туризма (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.)

24. Форумы для обсуждения актуальных проблем мировой туристской индустрии:

- А. международные ярмарки;
- Б. международные выставки;
- В. международные периодические издания.

25. Выставки, в которых принимают участие представители различных отраслей:

- А. многоотраслевые;
- Б. универсальные;
- В. отраслевые.

26. Туристские выставки в зависимости от географического состава подразделяются на:

- А. международные, национальные, региональные, областные, воркшоп;
- Б. международные, национальные, региональные, воркшоп;
- В. международные, национальные, воркшоп.

Тема 7. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.)

27. Какой способ продвижения гостиничной услуги предполагает размещение информации о ценах на гостиницы и сравнение этих цен?

- А. ОСАГО
- Б. САГО
- В. ТРИВАГО
- Г. ЦИАН

Тема 8. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.)

28. В настоящее время многие гостиницы размещают на своих сайтах данные о гостинице одновременно на нескольких языках: о каком элементе модели рекламной коммуникации идет речь:

- А. Декодирование.
- Б. Канал коммуникации.
- В. Кодирование.
- Г. Обратная связь.

Тема 9. Программы лояльности (ПК-2. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4.)

29. Отель предоставляет различного уровня скидки разным группам клиентов, рассчитывая привлечь максимальное число клиентов к продукту. Какой подход к рынку используется в данном случае?

- А. Дифференцированный.
- Б. Недифференцированный.
- В. Целевой маркетинг.
- Г. Телемаркетинг.

30. Гость, держатель карты программы лояльности AZIMUT Hotels, накапливает баллы на счете и получает дополнительные привилегии и возможности, разработанные специально для постоянных гостей. Как называется такое продвижение гостиничных услуг?

- А. Событийный маркетинг.
- Б. Прямой маркетинг.
- В. Product Placement.
- Г. Стимулирование сбыта.

### **Регламент проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования**

| Кол-во заданий в банке вопросов | Кол-во заданий, предъявляемых студенту | Время на тестирование, мин. |
|---------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------|
| 100                             | 30                                     | 30                          |

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования размещен в банке вопросов данного курса дисциплины в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>.

В ходе подготовки к промежуточной аттестации обучающимся предоставляется возможность пройти тест самопроверки. Тест для самопроверки по дисциплине размещен в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/> в свободном для студентов доступе.