

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ

КАФЕДРА ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ, СЕРВИСА И ДИЗАЙНА

Реклама в сервисе и туризме

Рабочая программа дисциплины
по направлению подготовки

43.03.03 Гостиничное дело

Квалификация
Бакалавр

Программа прикладного бакалавриата

Форма обучения
Очно-заочная

Артем 2018

Рабочая программа дисциплины «Реклама в сервисе и туризме» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» (утв. приказом Минобрнауки России от 04.12. 2015 г. N 1432) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05. 04. 2013 г. N 301).

Заведующий кафедрой (разработчик)

Программа дисциплины разработана на основании рабочей программы, составленной Толстых И.Н., доцентом кафедры туризма и экологии.

Заведующий кафедрой (выпускающая)

Утверждена на заседании кафедры туризма и экологии от 15.05.2018 г., протокол № 10.

Составитель:

Самохина Л.С., ст. преподаватель кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна

Утверждена на заседании кафедры ТПСД от 07. 06. 2018 г., протокол № 20.

Заведующий кафедрой (разработчика) Стар Н.В. Старичкова
«07» 06 2018г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Стар Н.В. Старичкова
«07» 06 2018г.

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины является овладение студентами основными знаниями и навыками по разработке и использованию рекламы в сервисе и туризме.

Задачами курса являются:

- изучение и закрепление теоретических основ рекламной деятельности;
- получение практических навыков по разработке рекламной стратегии, рекламно-информационных материалов;
- приобретение навыков по организации и проведению рекламной кампании предприятия сервиса и туризма;
- овладение знаниями в области проведения рекламных исследований и применения результатов исследований в практической деятельности;
- приобретение знаний в области разработки фирменного стиля предприятия.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине, являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Формируемые компетенции

ОПОП	Компетенции	Расшифровка	Составляющие компетенции	
43.03.03 «Гостиничное дело»	ОК- 6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знания:	многообразие культур
			Умения:	общие духовно-ценностные ориентиры и культурное наследие
			Владения:	использовать духовно — ценностные ориентиры в профессиональной деятельности
	ПК-6	готовность анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы	Знания:	специфику технологических процессов, используемых для оказания услуг в сфере сервиса и туризма
			Умения:	анализировать технологические процессы в гостиницах и других средствах размещения, обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов
			Владения:	навыками организации функциональных процессов в гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей

3 Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Реклама в сервисе и туризме» относится к профессиональному циклу, вариативной части. Для успешного освоения курса студенты должны владеть компетенциями, полученными при изучении дисциплин: «Туристский гостинично-ресторанный маркетинг», «Основы маркетинга в сервисе и туризме», «Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме», «Технология продаж услуг туристской деятельности». На компетенциях, формируемых дисциплиной «Реклама в сервисе и туризме», базируются дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование», производственная преддипломная практика. Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин «Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме». На данную дисциплину опираются дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование модуль1».

4 Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 3.

Название ОПОП	Форма обучения	Индекс	курс	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек	прак	лаб	ПА			КСР
ВБ-ГД	ОЗФО	Б.1.ДВ.Ж.02 (19940)	4	4	29	8	12		9	115	Э	

5 Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля)

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 4.

Таблица 4 – Структура дисциплины

№	Название темы	Вид занятия	Объем час	Кол-во часов в интерактивной и электронной форме	СРС
1	Современная реклама в системе маркетинговых коммуникаций и ее задачи в сервисе и туризме Законодательные основы рекламы	Лекция	4		8
		Практическое занятие	4	4	10
2	Основные принципы и методы рекламной деятельности в сервисе и туризме. Социально-психологические особенности рекламы в сервисе и туризме	Лекция	4		8
		Практическое занятие	4	4	10
3	Средства распространения рекламы в сервисе и туризме. Особенности организации рекламной кампании в сервисе и туризме	Лекция	4		8
		Практическое занятие	3	4	10
4	Рекламные агентства и их функции. Оценка эффективности рекламной деятельности. Планирование и контроль рекламной деятельности	Лекция	5		15
		Практическое занятие	5	6	15

5.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1 Современная реклама в системе маркетинговых коммуникаций и ее задачи в сервисе и туризме. Законодательные основы рекламы.

Содержание темы: Характеристика системы маркетинговых коммуникаций и её цели. Понятие целевой аудитории. Схема процесса коммуникации. Сравнительная характеристика личных продаж, стимулирования сбыта, пропаганды, рекламы их достоинства и недостатки, особенности применения в сфере сервиса и туризма. Понятие рекламы и ее задачи в сервисе и туризме. Общая характеристика законодательного регулирования рекламы. Документы, регламентирующие рекламу в туризме. Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламе. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Роль государственных антимонопольных органов по контролю в области рекламы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекции, практические занятия.

Форма текущего контроля: подготовка обзора, обсуждение результатов.

Тема 2 Основные принципы и методы рекламной деятельности в сервисе и туризме. Социально-психологические особенности рекламы в сервисе и туризме

Содержание темы: Классификация видов рекламы в сервисе и туризме: по объекту рекламирования, направленности рекламы, характеру рекламного обращения, способу воздействия на целевую аудиторию, охватываемого сегмента рынка, источника финансирования и т.д. Особенность услуги как товара и ее отражение в рекламе. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателей товаров и услуг сервиса и туризма. Влияние рекламы на модель потребительского поведения. Факторы, влияющие на восприятие рекламы: культурные, социальные, личностные, психологические. Социально-психологические особенности рекламы в сервисе и туризме. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекции, практические занятия.

Форма текущего контроля: подготовка обзора, обсуждение результатов.

Тема 3 Средства распространения рекламы в сервисе и туризме . Особенности организации рекламной кампании в сервисе и туризме

. Содержание темы: Рекламные средства: реклама в прессе, печатная реклама, аудиовизуальная реклама арадио- и телереклама, рекламные сувениры, прямая почтовая рассылка, наружная реклама, реклама в Интернете. Выбор средств распространения рекламы и их эффективность. Современные тенденции развития рекламных носителей. Цели рекламной кампании: экономические, коммерческие, имиджевые, социальные. Факторы, влияющие на выбор и формирование целей. Взаимосвязь маркетинговой и рекламной стратегии фирмы. Классификация рекламных кампаний. Разработка рекламного бюджета. Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекции, практические занятия. Форма текущего контроля: участие в семинаре, обсуждение результатов. Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 4 Рекламные агентства и их функции. Оценка эффективности рекламной деятельности. Планирование и контроль рекламной деятельности.

Содержание темы: Основные субъекты рекламного процесса: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель. Типы рекламных агентств и их функции. Организационная структура рекламного агентства. Характеристика основных отделов. Ведущие рекламные агентства мира и России.. Основные методы оценки эффективности рекламы. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Психологическая эффективность применения средств рекламы. Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности. Самоконтроль (внутренний контроль фирмы), внешний контроль рекламной деятельности. Регулирование рекламной деятельности (потребители, общественность, государство). Консьюмеризм. Международный кодекс рекламы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии:

Лекции, практические занятия.

Форма текущего контроля: участие в семинаре, обсуждение результатов.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное написание студентами очной и заочной форм обучения реферата по проблемам и перспективам развития рекламной деятельности в России и за рубежом. Студент самостоятельно выбирает тему реферата из списка, представленного ниже.

1. Современное состояние рекламного бизнеса за рубежом.
2. История развития рекламы в США.
3. История развития рекламы в Европе.
4. Особенности цветового восприятия рекламного сообщения.
5. Основные потребительские мотивы.
6. Характеристика выставочной и ярмарочной деятельности г. Владивостока.
7. Использование информационных технологий в рекламе сервиса и туризма.
8. Негосударственное регулирование рекламы.
9. Особенности креативного процесса в сервисе и туризме.
10. Характеристика слоганов в сервисе и туризме.
11. Использование фирменного стиля на предприятиях сервиса и туризма.
12. Характеристика рекламных агентств г. Владивостока.
13. Организация и проведение рекламных кампаний в сервисе и туризме.
14. Характеристика рекламной кампании по стимулированию сбыта товаров и услуг.
15. Особенности разработки товарных знаков для предприятий сервиса и туризма.
16. Психологическая эффективность применения рекламы.
17. История развития товарных знаков в России.
18. История развития «паблик рилейшнз».
19. Мероприятия по стимулированию сбыта, используемые в сервисе и туризме.
20. Регулирование рекламной деятельности потребителями.
21. История развития консьюмеризма.
22. Основные интернет-проекты туристских фирм.
23. Характеристика наиболее эффективных рекламных кампаний.
24. Правовая охрана товарных знаков.
25. Недобросовестная реклама.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств (Приложение 1).

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература

1. Бернадская, Юлия Сергеевна. Текст в рекламе : учеб. пособие для студентов вузов обуч. По специальности 032401 (350700) "Реклама" / Ю. С. Бернадская - М. : ЮНИТИ-ДАНА , 2014 - 288 с.

2. Дурович Александр Петрович. Реклама в туризме : Учебное пособие [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2014 - 158 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=414298>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

а) полнотекстовые базы данных ·

Электронная библиотечная система «РУКОНТ» ·

Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM6)

б) интернет-ресурсы· Дурович Александр Петрович. Реклама в туризме : Учебное пособие [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2014 - 158 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=414298>· Кулаков. Имиджевая реклама [Электронный ресурс] : М.: РГУФКСМиТ , 2015 - 35 - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/335563> · Морган Найджел. Реклама в туризме и отдыхе : Учебное пособие [Электронный ресурс] : ЮНИТИ-ДАНА , 2015 - 495 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=882439>

3. Кулаков. Имиджевая реклама [Электронный ресурс] : М.: РГУФКСМиТ , 2015 - 35 – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/335563>

4. Кусков, Алексей Сергеевич. Туроперейтинг : [учебник для студентов вузов] / А. С. Кусков, В. Л.

Голубева - М. : ФОРУМ , 2014 - 400 с. : ил.

5. Морган Найджел. Реклама в туризме и отдыхе : Учебное пособие [Электронный ресурс] : ЮНИТИ-ДАНА , 2015 - 495 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=882439>

б) дополнительная литература

6. Дурович, Александр Петрович. Реклама в туризме [Текст] : учебное пособие / А. П. Дурович - М. : Новое знание , 2003 - 254 с.

7. Ильина, Елена Николаевна. Туроперейтинг: организация деятельности : учебник для студ. вузов /Е. Н. Ильина - М. : Финансы и статистика , 2002 - 250с.

8. Музыкант, Валерий Леонидович. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / В. Л. Музыкант - М. : РИОР : ИНФРА-М , 2013 - 216 с.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Microsoft Windows XP Professional

12. Электронная поддержка дисциплины (модуля) (при необходимости)

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

· Проектор

14. Словарь основных терминов