

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б1.В.12 «РЕКЛАМА В ГОСТИНИЧНОМ ДЕЛЕ»

Объем трудоемкости дисциплины для студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», ЗФО: 2 зачетные единицы (72 часа, из них: 14,2 контактные часы (14 часов аудиторной работы); 54 часа самостоятельной работы; контроль 3,8 часов).

Целью дисциплины целью освоения дисциплины «Реклама в гостиничном деле» является формирование у студентов теоретических и практических знаний о современных понятиях и принципах в области рекламы как о важнейшей составляющей системы маркетинговых коммуникаций и мощном инструменте продвижения на рынок товаров и услуг в сфере гостеприимства в соответствии с требованиями современной рыночной экономики

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов знаний и умений в области рекламной деятельности гостиничного предприятия;
- получение бакалавром знаний по истории рекламы и структуре современного рекламного процесса;
- получение бакалавром знаний об эффективности создания рекламного продукта гостиничным предприятием;
- получение знаний об объектах, субъектах, средствах и каналах маркетинговых коммуникаций гостиничного предприятия;
- получение знаний о специфике социально-психологических основ рекламы в гостиничном деле;
- получение бакалавром знаний о стратегии и тактики ведения рекламной деятельности;
- получение бакалавром знаний об организации и управления рекламного отдела гостиничного предприятия.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Реклама в гостиничном деле» относится к вариативной части основной образовательной программы. Актуальность курса «Реклама в гостиничном деле» связана с вопросом интенсивного развития и обновления структуры российской экономики. вызвана в первую очередь тем, что происходит интенсивное развитие и обновление структуры российской экономики. Наступило время рынка потребителя и удовлетворения его спроса. Знания теоретических основ рекламы позволяют специалистам-менеджерам стимулировать сбыт продукта гостиничного предприятия путем продвижения, а также изучать, формировать и прогнозировать спрос, разрабатывать и анализировать сбытовую и ценовую политику гостиничного предприятия.

Изучение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Маркетинг гостиничного предприятия», «Гостиничный менеджмент», «Проектирование гостиничной деятельности», «Сервисная деятельность».

Требования к уровню освоения дисциплины.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих *профессиональных компетенций (ПК)*:

– готовностью к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей (ПК-1).

Таблица 1 – Результаты освоения дисциплины «Реклама в гостиничном деле»

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-1	готовность к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей	– теоретические и методологические основы рекламного дела гостиничного предприятия; – принципы подготовки и представления рекламного дела гостиничного предприятия; – цели и необходимость организации рекламной деятельности гостиничного предприятия; – особенности рекламы гостиничного предприятия; – современные технологии формирования и продвижения продукта гостиничного предприятия.	– ориентироваться в основных правилах применения важнейших теоретических положений и принципов рекламного дела гостиничного предприятия; – использовать современные средства и каналы рекламы и маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения продукта гостиничного предприятия потребителям; – организовать рекламную деятельность гостиничного предприятия; – использовать современные рекламные стратегии для достижения цели маркетинга гостиничного предприятия.	– навыками планирования эффективной рекламной кампанией; – навыками построения бюджета рекламной кампании; – навыками принятия решений о выборе средств и каналов распространения рекламы гостиничного предприятия; – навыками подбора партнеров по реализации рекламной стратегии гостиничного предприятия.

Таблица 2 – Основные разделы дисциплины, ЗФО 5семестр

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1	Сущность, содержание и роль современной рекламы в процессе управления гостиничным предприятием. Основные этапы развития рекламы. Реклама в гостиничном деле	4	2	–	2
2	Система маркетинговых коммуникаций гостиничного предприятия	2	–	–	2
3	Принятие решений о рекламном обращении	4	–	2	2
4	Выбор средств и каналов распространения рекламы	4	–	2	2
5	Планирование рекламной деятельности гостиничного предприятия. Информационное обеспечение рекламы.	4	–	–	4
6	Организация рекламной деятельности гостиничного предприятия	4	–	–	4
7	Контроль рекламной деятельности гостиничного предприятия	4	–	–	4
8	Правовое регулирование рекламной деятельности	4	2	–	2
9	Работа рекламного агентства	2	–	–	2
	<i>Итого по дисциплине:</i>		4	4	24

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Морган Н., Причард А. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс]: учебное пособие – М.: Юнити-Дана, 2015. – 495 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326>

2. Рукомойникова В.П. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. – 104 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>

3. Сулейманова Г.В. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие. – Казань: Издательство КНИТУ, 2013. – 151 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258594>

4. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие. – Орел: МАБИБ, 2014. – 126 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428609>

5. Поляков В.А., Васильев Г.А. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие – М.: Юнити-Дана, 2015. – 718 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>

6. Панина, Л.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: Электронное учебное пособие [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – СПб: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. – 158 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63839>.

Автор РПД доктор геогр. наук, доцент



М.Л. Некрасова