

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 (прикладной бакалавриат): 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 | <ul style="list-style-type: none"> – 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. | <ul style="list-style-type: none"> – 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. | <ul style="list-style-type: none"> – 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 ПОП 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>

Автор РПД доктор геогр. наук, доцент



М.Л. Некрасова