

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО  
Заведующий кафедрой  
технологии и организации  
общественного питания  
наименование кафедры

 Т.Л.Камоза  
подпись, инициалы, фамилия

« 19 » июня 20 18 г.  
ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
ИНСТИТУТ  
институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
торгового дела и маркетинга  
наименование кафедры

 Ю.Ю.Суслова  
подпись, инициалы, фамилия

« 27 » июня 20 18 г.  
ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
ИНСТИТУТ  
институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
РЕКЛАМА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.6.1 Реклама в гостиничном бизнесе  
индекс и наименование дисциплины (на русском и иностранном языке при реализации  
на иностранном языке) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом

Направление подготовки/специальность 43.03.03 «Гостиничное дело»  
код и наименование направления подготовки/специальности

Направленность (профиль) 43.03.03.02.01 «Ресторанное дело»  
код и наименование направленности (профиля)

форма обучения очная

год набора 2018

Красноярск 2018

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе \_\_\_\_\_  
43.00.00 Сервис и туризм  
*код и наименование укрупненной группы*

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

43.03.03 «Гостиничное дело»

43.03.03.02.01 «Ресторанное дело»

*код и наименование направления подготовки (профиля)*

Программу составили Н.В.Ананьева



*инициалы, фамилия, подпись*

# 1 Цели и задачи изучения дисциплины

## 1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель изучения курса «Реклама в гостиничном бизнесе» является формирование основных принципов организации рекламной деятельности на предприятии индустрии гостеприимства, получение систематизированных знаний о средствах распространения рекламной информации, организации и планирования рекламной кампании.

## 1.2 Задачи изучения дисциплины.

- ознакомление студентов с классическими образцами коммуникаций и рекламы;
- приобретение навыков планирования и оценки рекламной деятельности;
- знакомство теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами;
- организации и реализации рекламных кампаний.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

<b>(ДПК-4):</b> готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей	
<b>знать</b>	- основы разработки рекламно - информационных материалов
<b>уметь</b>	- проводить презентацию предприятий гостиничной индустрии
<b>владеть</b>	- опытом разработки и использования рекламы
<b>(ПК-1):</b> готовность к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям	
<b>знать</b>	-техники и технологии применения печатной рекламы в гостиничной индустрии
<b>уметь</b>	- использовать знания техники и технологии для предоставления гостиничного продукта
<b>владеть</b>	- разработкой рекламной продукции, способной привлечь внимание и требование потребителей
<b>(ОК-7):</b> способность к самоорганизации и самообразованию	
<b>знать</b>	- основные понятия рекламной деятельности
<b>уметь</b>	- ставить идеи в соответствующий социальный и культурный контекст
<b>владеть</b>	- понятийным аппаратом рекламной деятельности

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы высшего образования.

Дисциплина относится к вариативной части блок 1.

Для формирования входных знаний, умений и компетенций студента необходимо изучить предшествующие дисциплины: Организация анимационной деятельности в гостиничных комплексах, Основы гостиничного дела. Последующие межпредметные связи имеет с дисциплинами: Организация обслуживания иностранных туристов.

1.5 Особенности реализации дисциплины.

Дисциплина реализуется на русском языке.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр			
		7			
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>3/108</b>	<b>3/108</b>			
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,3/46</b>	<b>1,3/46</b>			
занятия лекционного типа	0,4/16	0,4/16			
занятия семинарского типа	0,9/30	0,9/30			
в том числе: семинары					
практические занятия					
практикумы					
лабораторные работы					
другие виды контактной работы					
в том числе: курсовое проектирование					
групповые консультации					
индивидуальные консультации					
иные виды внеаудиторной контактной работы					
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,7/62</b>	<b>1,7/62</b>			
изучение теоретического курса (ТО)					
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)					
реферат, эссе (Р)	0,85/31	0,85/31			
тестирование	0,85/31	0,85/31			
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>			

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий).

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад.час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад.час),	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад.час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад.час)		
1	2	3	4	5	6	7
<b>Модуль 1. Теоретические аспекты рекламы</b>						
1	Предмет, сущность, история развития рекламы.	2	2		6	ДПК-4 ОК-7 ПК-1
2	Правовое регулирование рекламной деятельности.	2	2		7	ДПК-4 ОК-7 ПК-1
3	Средства распространения рекламы в гостиничном бизнесе.	2	2		7	ДПК-4 ОК-7 ПК-1
4	Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием	2	4		7	ДПК-4 ОК-7 ПК-1
<b>Модуль 2. Рекламные технологии в гостиничном бизнесе</b>						
5	Фирменный стиль и его составляющие.	2	4		7	ДПК-4 ОК-7 ПК-1
6	Public Relations в сфере гостиничного бизнеса.	2	4		7	ДПК-4 ОК-7 ПК-1

7	Выставки, ярмарки, презентации, зрелищные мероприятия в индустрии гостеприимства	2	4		7	ДПК-4 ОК-7 ПК-1
8	Эффективность рекламы и программы лояльности	2	4		7	ДПК-4 ОК-7 ПК-1
9	Международный гостиничный бизнес	-	4		7	ДПК-4 ОК-7 ПК-1
<b>Итого:</b>		<b>16</b>	<b>30</b>		<b>62</b>	

### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновационной форме
<b>Модуль 1. Теоретические основы рекламы</b>				
1	Предмет, сущность, история развития рекламы.	Вводная лекция – дискуссия предназначена для создания общего впечатления о дисциплине. <i>Работа в группе по методике «1-2-все вместе».</i>	2	2
2	Правовое регулирование рекламной деятельности.	Лекция - презентация. Ознакомление со сладами.	2	2
3	Средства распространения рекламы в гостиничном бизнесе.	Лекция-беседа.	2	2
4	Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием.	Лекция – визуализация.	2	2
<b>Модуль 2. Рекламные технологии в гостиничном бизнесе</b>				

5	Фирменный стиль и его составляющие	Лекция – дискуссия.	2	2
6	Public Relations в сфере гостиничного бизнеса.	Лекция – презентация.	2	2
7	Выставки, ярмарки, презентации, зрелищные мероприятия в индустрии гостеприимства.	Лекция – обратная связь.	2	2
8	Эффективность рекламы и программы лояльности.	Лекция – консультация.	2	2
9	Международный гостиничный бизнес.	Учебным планом не предусмотрено.	-	-
<b>Итого:</b>			<b>16</b>	<b>16</b>

### 3.3 Занятия семинарского типа.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновационной форме
<b>Модуль 1. Теоретические аспекты рекламы</b>				
1	Предмет, сущность, история развития рекламы	<p><b>О (формирующая)</b></p> <p><i>Предаудиторная работа по теме «Реклама: понятие, содержание, цели».</i></p> <p>1. Изучение учебных материалов.</p> <p>2. Аннотирование видеоролика «Что такое реклама?».</p> <p>Просмотрев и проанализировав видеоролик «Основы рекламы» - «Что такое реклама?» написать к нему аннотацию.</p> <p>Гиперссылка:  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=XWJvgHlkqs_k">https://www.youtube.com/watch?v=XWJvgHlkqs_k</a></p> <p><i>Предлагаю выполнить данное задание к вводной лекции – дискуссии, где и будет оценена работа</i></p>	2	2

2	Правовое регулирование рекламной деятельности.	Задание формата «Эссе»: «Рекламные заповеди», используя критерии оценки. При предоставлении полного и аргументированного материала начисляется 3 балла.	2	2
3	Средства распространения рекламы в гостиничном бизнесе.	Кейс-метод (разбор конкретных ситуаций). Анализ конкретных ситуаций: ситуация – иллюстрация, ситуация – проблема, ситуация – оценка.	2	2
4	Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием	Метод лабиринта действий. Подготовка и размещение задания на форуме. Предлагается оценить имидж различных гостиничных предприятий города (по выбору). Необходимо проанализировать все элементы. Из которых складывается имидж гостиничного предприятия (фирменный стиль, месторасположение, оформление интерьера и номера, сайт гостиниц, работа персонала, общение с клиентами лично и по телефону и прочее), выявить преимущества и недостатки формирования имиджа выбранного гостиничного предприятия.	4	4
<b>Модуль 2. Рекламные технологии в гостиничном бизнесе</b>				
5	Фирменный стиль и его составляющие	Творческое задание. Студентам для анализа предлагается Интернет-источники (веб-сайты) гостиничных предприятий в России и за рубежом, продвигающих различные гостиничные услуги. Необходимо провести анализ и составить перечень всех существующих на современном рынке гостиничных услуг.	4	4
6	Public Relations в сфере гостиничного бизнеса.	Выступление студентов со своими статьями и примерами из рекламы по данной теме. Ответы на вопросы. Как влияет на внешнюю и внутреннюю среду общественность гостиничного предприятия.	4	4
7	Выставки, ярмарки, презентации, зрелищные мероприятия в индустрии гостеприимства.	Просмотр и анализ видеороликов с названием и один комментарий своих одноклассников. Студентам предлагается выступить в роли экспертов: провести включенное наблюдение за работой гостиничных предприятий во время отраслевой выставки, оценить эффективность используемых технологий.	4	4



8	Эффективность рекламы и программы лояльности.	Круглый стол – семинарское занятия, в основу которого преднамеренно заложены несколько точек зрения на один и тот же вопрос. Обсуждение, которые подводят к приемлемым для всех участников позициям и решениям. Модерация (ведение) – преподаватель.	4	4
9	Международный гостиничный бизнес.	Тестирование.	4	4
	<b>Итого:</b>		<b>30</b>	<b>30</b>

### 3.4 Лабораторные занятия

«учебным планом не предусмотрено».

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

1. Бухтерева, О.С. Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / О.С. Бухтерева. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 128 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=202918>

2. Дурович, А. П. Реклама в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 158 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/bookread.php?book=212428>

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточной формой контроля по дисциплине «Реклама в гостиничном бизнесе» является зачет, который проводится в устной форме по контрольным вопросам.

Оценочными средствами для текущего и промежуточного контроля по дисциплине являются терминологический диктант, рефераты, тестовые задания, вопросы к зачету.

Оценочные средства и критерии их оценивания приведены в Фонде оценочных средств в *приложении* к рабочей программе.

## 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

### а) основная литература:

1. Бухтерева, О.С. Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / О.С. Бухтерева. - М.: ИНФРА-М, 2011. -

- 128 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/catalog.php?bookinfo=202918>
2. Дурович, А. П. Реклама в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 158 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=212428>
  3. Наружная реклама [Текст] / [сост.: Аниськина Н. В., Колышкина Т. Б.]. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2014. - 207 с. Режим доступа: <http://znaniium.com/bookread2.php?book=419073>
  4. Теория и практика рекламы [Текст] : учебное пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. - Москва : ИНФРА-М, 2015. - 297 с. Режим доступа: <http://znaniium.com/bookread2.php?book=362871>
  5. Основы рекламы [Текст] : учебник для вузов по специальности "Реклама" / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017. - 538 с.

**б) дополнительная литература:**

6. Брашнов, Д.Г. Гостиничный сервис и туризм: Учебное пособие / Д.Г. Брашнов. - М.:Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 224 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=223577>
7. Реклама: Учебник для вузов. 9-е изд. Стандарт третьего поколения [Электронный ресурс] / Е. В. Ромат, Д. В. Сендеров. - Санкт-Петербург : Питер, 2016. - 544 с. Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-496-02286-6>
8. Третьякова, Т. Н. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие. - М.: Академия, 2008. - 272с.

**7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Российская гостиничная ассоциация. – Режим доступа: <http://www.rha.ru/>
2. Федерация рестораторов и отельеров. – Режим доступа: <http://www.new.frio.ru/>
3. Всемирная ассоциация гостиниц и ресторанов - International Hotels & Restaurants Association.– Режим доступа: <http://www.ih-ra.com/>

**8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

№ п/п	Название раздела, темы	Самостоятельная работа студентов			Формы контроля
		Кол-во.час	Виды самостоятельной работы	Сроки выполнения	
<b>Модуль 1. Теоретические аспекты рекламы</b>					

1	Предмет, сущность, история развития рекламы	6	Изучение теоретического курса и поиск информации в интернете.	Семинарское занятие № 1	Опрос
2	Правовое регулирование рекламной деятельности.	7	Подготовка к семинару	Семинарское занятие № 2	Написание «ЭССЕ»: «Рекламные заповеди»
3	Средства распространения рекламы в гостиничном бизнесе.	7	Анализ конкретных ситуаций кейс-метод.	Семинарское занятие № 3	Опрос
4	Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием.	7	Анализ имиджа гостиниц. Размещение на форуме.	Семинарское занятие № 4	Оценка за участие в форуме.
<b>Модуль 2. Рекламные технологии в гостиничном бизнесе</b>					
5	Фирменный стиль и его составляющие	7	Творческое задание – анализ существующих на рынке гостиничных услуг.	Семинарское занятие № 5	Рефераты
6	Public Relations в сфере гостиничного бизнеса.	7	Творческая работа.	Семинарское занятие № 6	Оценка за участие
7	Выставки, ярмарки, презентации, зрелищные мероприятия в индустрии гостеприимства.	7	Просмотр видеороликов отраслевых выставок и их оценивание.	Семинарское занятие № 7	Комментарии и своих одноклассников.
8	Эффективность рекламы и программы лояльности	7	Круглый стол	Семинарское занятие № 8	Оценка за участие.
9	Международный гостиничный бизнес.	7	Изучение теоретического курса	Семинарское занятие № 9	Тестирование
	<b>Итого:</b>	<b>62</b>			

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

При изучении дисциплины используется следующее программное обеспечение:

- Операционная система: Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лиц сертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный

- Офисный пакет: Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лиц сертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный

- Антивирус: ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лиц. сертификат EAV-0189835462; Kaspersky Endpoint Security Лиц. сертификат 2462170522081649547546

- Браузер: Mozilla Firefox, Google Chrome

## **9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем**

<http://www.budgenrf.ru> – Мониторинг экономических показателей;

<http://www.dom-restoratora.ru> – Информационный дом ресторатора: ресторанный бизнес в России и за рубежом

<http://www.businesspress.ru> - Деловая пресса;

<http://www.garant.ru>- Гарант;

<http://www.nta-rus.ru>– Национальная торговая ассоциация;

<http://www.rbc.ru>– РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);

<http://www.prohotel.ru> – Портал гостиничный бизнес

<http://www.handbooks.ru> - Бизнес-энциклопедия: стандарты и качество отеля

<http://www.HotRes.ru> - Ресторанный и гостиничный бизнес

<http://www.hotelmaster.ru> - Гостиничный бизнес, гостиничное хозяйство

<http://elcat.kgtei.ru:82/> - Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ

## **10 Материально-техническая база, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами

обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 5-09 кабинет основ маркетинга и коммерческой деятельности ул. Лиды Прушинской, зд.2</p>	<p>Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный 240*240, сплитсистема 7SP061305GCSIM9RC/ST SIM9, переносной проектор, ноутбук кафедры которая читает лекции</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 5-12 кабинет стратегического планирования и маркетинговых исследований ул. Лиды Прушинской, зд.2</p>	<p>Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный 240*240, потолочное крепление для проектора Wize WPA-S, проектор Optoma DS211, компьютер в сборе Apex Buro, информационные стенды: маркетинговые исследования, схема технологии поиска конкурентных преимуществ, основы маркетинга, стратегии позиционирования товара на рынке.</p>
<p>Учебная аудитория для самостоятельной работы: № 6-21 кабинет информатики ул. Лиды Прушинской, зд.2</p>	<p>Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный Lumen 153*203, проектор Optoma DS211, персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300в сборе – 13 шт., концентратор Acorn</p>
<p>Зал нормативной литературы и специальных наук отдела обслуживания по торгово - экономическим наукам научной библиотеки библиотечно - издательского комплекса Сибирского федерального университета для самостоятельной работы: № 3-02 ул. Лиды Прушинской, зд.2</p>	<p>Специализированная мебель; МФУ Kyocera TASKalfa 180 (цифр.копир+принтер); Переплётная машина «Термобиндер»; Персональный компьютер Foxconn TLA 397 в сборе; Рабочие место (Intel)Системный блок Intel Celeron D-326J 2.5Монитор 19Samsung9430N-3шт.; КомпьютераKraftwayCredoKC35; Компьютер в сборе ROSCOM AMD2- 2 шт.;Принтер HP Laser Jet 1018; Коммутатор L2 48*10/100 TX; Сканер контактный CIPHER для считывания</p>

штриккодов - 2 шт.
--------------------