

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 15.05.2023 11:28:25
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb28023b5f4831ee3ddc540496512d

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.11 Реклама и PR в индустрии гостеприимства
направления подготовки бакалавров 43.03.03 Гостиничное дело
профиль Гостиничная деятельность

Целью освоения дисциплины «Реклама и PR в индустрии гостеприимства» является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области рекламной деятельности предприятий гостеприимства.

Задачи дисциплины:

- изучение основных принципов организации рекламной деятельности предприятий индустрии гостеприимства;
- изучение особенностей планирования рекламной кампании; изучение средств распространения рекламной информации;
- изучение правовых вопросов рекламной деятельности в сфере гостеприимства;
- изучение вопросов регистрации и использования товарных знаков и фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства;
- изучение взаимодействия предприятий индустрии гостеприимства и рекламных агентств;
- изучение выставочных мероприятий в индустрии гостеприимства.

Дисциплина «Реклама и PR в индустрии гостеприимства» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 и дает необходимые знания об основах рекламной деятельности в индустрии гостеприимства.

Основные блоки и темы дисциплины: Реклама в комплексе маркетинга. Реклама в индустрии гостеприимства. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Средства распространения рекламы. Рекламное обращение – центральный элемент рекламы. Управление PR- деятельностью. Технологии формирования имиджа гостиничного предприятия. Планирование и организация рекламной кампании. Правовое регулирование рекламной деятельности в индустрии гостеприимства. Public Relations в индустрии гостеприимства. Продвижение предприятия индустрии гостеприимства в сети Интернет. Выставочная деятельность предприятий индустрии гостеприимства. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии.

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие универсальные и профессиональные компетенции, установленные ВУЗом:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

Индикаторы достижения компетенций:

УК-1.3. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки;

УК-1.5. Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи.

ПКУВ-2. Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства.

Индикаторы достижения компетенций:

ПКУВ-2.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства, их структурных подразделений;

ПКУВ-2.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- значение рекламы в туристском бизнесе (УК-1);
- процесс воздействия и восприятия рекламы (УК-1);

- рекламные средства, используемые в индустрии гостеприимства (ПКУВ-2);
- особенности рекламных обращений (ПКУВ-2);
- правовые основы регулирования рекламной деятельности в индустрии гостеприимства (УК-1);
- направления формирования имиджа гостиничного предприятия (ПКУВ-2);
- основные составляющие технологий организации и проведения рекламных кампаний, оценка их стоимости, а также направления повышения их результативности в сфере индустрии гостеприимства (ПКУВ-2);

уметь:

- планировать рекламную кампанию предприятия сферы гостеприимства (ПКУВ-2);
- разрабатывать рекламный бюджет гостиничного предприятия (ПКУВ-2);
- организовывать рекламную кампанию предприятия индустрии гостеприимства (УК-1);
- реализовать рекламные проекты и владение методами их реализации в сфере гостиничного бизнеса (УК-1);

владеть:

- основными принципами организации рекламной деятельности на предприятиях сферы гостеприимства (УК-1);
- методиками тестирования и экспертной оценки рекламного и рг-продукта с точки зрения их эффективности применительно к сфере индустрии гостеприимства, а так же с точки зрения их соответствия нормативным документам (ПКУВ-2).

Дисциплина «Реклама и PR в индустрии гостеприимства» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом, защитой курсового проекта и экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 252 часа, 7 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет, КП, экзамен.

Разработчик:
канд. экон. наук, доцент

Зав. выпускающей кафедрой



Калашникова С.В.

Кумпилова А.Р.