

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 23.09.2024 14:29:39
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

«_____» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Реклама и PR в гостиничном и туристическом
бизнесе

направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

форма обучения: заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 23.04.2024 г. и требованиями ОПОП 43.03.03 Гостиничное дело Индустрия гостеприимства и туризма к результатам освоения дисциплины

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления
протокол №

Зав. кафедрой _____ Белоножка Марина Львовна

Рабочую программу разработал:

профессор , д.с.н. _____ Герасимова Галина Ивановна

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины: изучение принципов, методов и функций рекламы и связей с общественностью (PR) в сфере организации туризма и гостиничного бизнеса, освоение технологий организации коммуникативных кампаний и способов формирования благоприятного имиджа и положительного общественного мнения туристического и гостиничного продукта.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Ознакомиться с основными понятиями рекламной и PR-деятельности;
2. Охарактеризовать процессы рекламы и PR в отрасли;
3. Обосновать принципы и функции рекламы и PR в системе организации гостиничного и туристического бизнеса;
4. Раскрыть содержание рекламных и PR-технологий формирования благоприятного имиджа и репутации отрасли;
5. Освоить практические навыки создания рекламных и PR-продуктов в сфере гостиничного и туристического бизнеса.
6. Научиться использовать коммуникативные практики формирования позитивного общественного мнения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина/модуль относится к дисциплинам части учебного плана формируемого участниками образовательных отношений образовательной программы.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность;
- методов проведения маркетингового исследования;
- основ менеджмента;
- конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг;
- методики расчета показателей прибыли, эффективности и издержек

производства.

Умения:

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации;
- определять маркетинговые инструменты для проведения маркетингового исследования;
- проводить маркетинговые исследования разных типов;
- систематизировать и обобщать первичную и вторичную маркетинговую информацию;
- создавать отчеты по результатам маркетингового исследования.

Владение:

- навыками подготовки и проведения маркетингового исследования;
- навыками поиска первичной и вторичной маркетинговой информации и анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг;
- методиками расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин:

Маркетинг

Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства

Методы продвижения и продажи гостиничных и туристических услуг.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины/модуля направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-5 Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-5.1 Применяет основные методы, способы и средства получения и переработки информации для решения профессиональных задач	Знать: 31 основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
		Уметь: У1 находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
		Владеть: В1 навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг
	ПКС-5.2 Использует методы и инструменты маркетингового исследования рынка	Знать: 32 методы проведения маркетингового исследования
		Уметь: У2 составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
		Владеть: В2 навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

4. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц 144 акад. часов.

Таблица 4.1

Курс	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
5	10	12		113	9	Экзамен, Контр.раб

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

Структура дисциплины/модуля	Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Л.	Пр.	Лаб.				
1. Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью							

1.1 Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	2	4		38	44	ПКС-5.1-31, ПКС-5.1-У1, ПКС-5.1-В1, ПКС-5.2-32, ПКС-5.2-У2, ПКС-5.2-В2	Вопросы к устному/письменному опросу, презентации
Итого по разделу	2	4		38	44		
2. Технологии рекламы и связей с общественностью							
2.1 Технологии рекламы и связей с общественностью	4	4		38	46	ПКС-5.1-31, ПКС-5.1-У1, ПКС-5.1-В1, ПКС-5.2-32, ПКС-5.2-У2, ПКС-5.2-В2	Вопросы к устному/письменному опросу, презентации
Итого по разделу	4	4		38	46		
3. Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий							
3.1 Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	4	4		37	45	ПКС-5.1-31, ПКС-5.1-У1, ПКС-5.1-В1, ПКС-5.2-32, ПКС-5.2-У2, ПКС-5.2-В2	Вопросы к устному/письменному опросу, презентации, тест
Итого по разделу	4	4		37	45		
Экзамен, Контрольная работа				9	9		Вопросы к экзамену
Итого по дисциплине	10	12		122	144		

5.2. Содержание дисциплины.

1. Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью

1.1 Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью

Стратегия и тактика использования СМИ в деятельности по рекламе и связям с общественностью (PR). Медиапланирование. Функции и задачи в работе со СМИ. Правила разработки пресс-релизов и медиадокументов. Тексты и материалы по рекламе и связям с общественностью для СМИ. Оперативные рабочие информационные документы. Интернет-коммуникации и работа в социальных сетях. Коммуникационный аудит и ситуационный анализ.

2. Технологии рекламы и связей с общественностью

2.1 Технологии рекламы и связей с общественностью

Классификация рекламных и PR-технологий. Принципы реализации технологий. Процедурные технологии. Спичрайтинг и нейминг как технологии. Техники публичного выступления. Методология оценки аудитории. Значение невербальных/визуальных коммуникаций в процессе выступления. Средства управления вниманием аудитории и аргументация. Технологии имиджмейкинга и спонсоринга. Фирменный стиль и корпоративная культура. Технологии создания полиграфической продукции.

3. Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий

3.1 Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий

Организация и проведение коммуникативной кампании(КК). Структура, принципы и основные этапы КК. Определение целевой аудитории КК. Стратегия и тактика планирования кампании. Особенности ресурсного и бюджетного планирования КК.

Кампания в интернете и социальных сетях. Методы оценки эффективности КК. Организация специальных событий. Общие принципы и подходы к организации специальных мероприятий. Участники специальных мероприятий. Классификация и характеристика специальных мероприятий: дни открытых дверей, приёмы, презентации, конференции, семинары, круглые столы, выставки, ярмарки, фестивали, праздники.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема лекционного занятия
1. Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	2	Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью
2. Технологии рекламы и связей с общественностью	4	Технологии рекламы и связей с общественностью
3. Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	4	Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий
Итого	10	

Практические занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
1. Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	4	Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью
2. Технологии рекламы и связей с общественностью	4	Технологии рекламы и связей с общественностью
3. Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	4	Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий
Итого	12	

Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема	Вид СРС
1. Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	38	Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	Подготовка к устному/письменному опросу, презентации
2. Технологии рекламы и связей с общественностью	38	Технологии рекламы и связей с общественностью	Подготовка к устному/письменному опросу, презентации
3. Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	37	Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	Подготовка к устному/письменному опросу, презентации, тесту
Итого	113		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ

не предусмотрено

7. Контрольные работы

1. Особенности разработки и проведения PR-кампаний.
2. Функции имиджа в гостиничном бизнесе.
3. Структура корпоративного имиджа организации.
4. Особенности взаимодействия предприятий гостиничного бизнеса со СМИ.
5. Базовые PR-документы: содержание и механизм применения.
6. Пресс-релиз: правила составления и размещения.
7. Функциональные обязанности PR-специалиста.
8. Креативные технологии в рекламе и PR.
9. Нормативная база рекламной деятельности.
10. Характер каналов коммуникации для продвижения рекламного и PR-продукта.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся представлена ниже.

Номер курса 5

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Устный /письменный опрос	10
2	Подготовка презентаций	20
3	Устный /письменный опрос	10
4	Подготовка презентаций	20
5	Устный /письменный опрос	10
6	Подготовка презентаций	20
7	Итоговое тестирование	10
	Итого:	100
	ВСЕГО:	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ).

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства

Microsoft Office Professional Plus

Microsoft Windows

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования, учебно-наглядных пособий
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., документ-камера - 1 шт. 625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., документ-камера - 1 шт. 625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70

11. Методические указания по организации СРС

Изложены в МР

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе

Код, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
ПКС-5	Знать: ПКС-5.1-31 основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Не знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Демонстрирует отдельные знания основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Демонстрирует достаточные знания основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Демонстрирует исчерпывающие знания основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
ПКС-5	Уметь: ПКС-5.1-У1 находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Не умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, допуская неточности.	Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, допуская незначительные неточности.	В совершенстве умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
ПКС-5	Владеть: ПКС-5.1-В1 навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг	Не владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг	Владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг, допуская неточности.	Хорошо владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг	В совершенстве владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг

ПКС-5	Знать: ПКС-5.2-32 методы проведения маркетингового исследования	Не владеет методами проведения маркетингового исследования	Демонстрирует отдельные знания методов проведения маркетингового исследования	Демонстрирует достаточные знания методов проведения маркетингового исследования	Демонстрирует исчерпывающие знания методов проведения маркетингового исследования
ПКС-5	Уметь: ПКС-5.2-У2 составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	Не умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования, допуская значительные неточности и погрешности.	Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования, допуская незначительные неточности.	В совершенстве умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
ПКС-5	Владеть: ПКС-5.2-В2 навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Не владеет навыком подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Владеет навыком подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, допуская значительные неточности и погрешности.	Хорошо владеет навыком подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	В совершенстве владеет навыком подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической
литературой

Дисциплина Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе

Код, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Индустрия гостеприимства и туризма

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Карпова С. В. Рекламное дело [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов. - М: Издательство Юрайт, 2023. - 431 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/510712	ЭР*	30	100	+
2	Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - М: Издательство Юрайт, 2023. - 363 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/511008	ЭР*	30	100	+
3	Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 242 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/511464	ЭР*	30	100	+
4	Скобкин С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 212 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/514813	ЭР*	30	100	+

*ЭР – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

Лист согласования 00ДО-0000724175

Внутренний документ "Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе_2024_43.03.03_ИГТБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Белоножко Марина Львовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано