

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ворошилова Ольга Леонидовна

Должность: декан ФЛиМК

Дата подписания: 29.09.2023 17:43:14

Уникальный программный ключ:

abd894de8ff3e434f187dcdcd5d14b3be82fda3f663e010c359e4ba6bb821c5e

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе»**

**Цели преподавания дисциплины:** формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области рекламной деятельности гостиничного предприятия.

**Задачи изучения дисциплины:** изучение основных принципов организации рекламной деятельности гостиничных предприятий и особенностей планирования рекламной кампании; изучение социально-психологических основ рекламной деятельности в гостиничном бизнесе; определение специфики построения рекламной стратегии в гостиничном бизнесе; получение навыков разработки рекламного продукта с помощью методов и технологий маркетинговых исследований

### **Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:**

Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5)

Способен к формированию и продвижению гостиничного (ресторанного) продукта, соответствующего требованиям потребителям (ПК-4)

### **Разделы дисциплины:**

Основы рекламы. Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе. Разработка рекламного продукта.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета лингвистики и  
межкультурной коммуникации  
(наименование ф-та полностью)

 О.Л. Ворошилова  
(подпись, инициалы, фамилия)

« 31 » 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе

(наименование дисциплины)

ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело

шифр и наименование направления подготовки (специальности)

направленность (профиль) «Гостиничное дело»

наименование направленности (профиля, специализации)

форма обучения очная


(очная, очно-заочная, заочная)

Курск – 2020

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета (протокол №7 «25» февраля 2020 г.).

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для обучения студентов по ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело» на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса

№ 1 «31» 08 2020г. (наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_  Горюшкина Н.Е.

Разработчик программы \_\_\_\_\_  Третьяк А.С.  
К.И.Н. (ученая степень и ученое звание, Ф.И.О.)

Директор научной библиотеки \_\_\_\_\_  Макаровская В.Г.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета (протокол №9 «25» 06 2021г.), на заседании кафедры ИИКС, Методич. № от 30-08-21

(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ 

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета (протокол №9 «25» 06 2021г.), на заседании кафедры ИИКС, Методич. № от 29-08-21

(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ 

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол № 7 «25» 02 2022 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «30» 08 2023 г. протокол № 1 .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  » \_\_\_\_\_ 20   на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  » \_\_\_\_\_ 20   г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  » \_\_\_\_\_ 20   на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  » \_\_\_\_\_ 20   г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  » \_\_\_\_\_ 20   на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  » \_\_\_\_\_ 20   г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  » \_\_\_\_\_ 20   на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  » \_\_\_\_\_ 20   г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  » \_\_\_\_\_ 20   на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  » \_\_\_\_\_ 20   г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

# 1 Цель и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

## 1.1 Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области рекламной деятельности гостиничного предприятия.

## 1.2 Задачи дисциплины

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- изучение основных принципов организации рекламной деятельности гостиничных предприятий и особенностей планирования рекламной кампании;
- изучение социально-психологических основ рекламной деятельности в гостиничном бизнесе;
- определение специфики построения рекламной стратегии в гостиничном бизнесе;
- получение навыков разработки рекламного продукта с помощью методов и технологий маркетинговых исследований

## 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 1.3 – Результаты обучения по дисциплине

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии	<b>Знать:</b> основы анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; основы обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса <b>Уметь:</b> анализировать важней-

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
		<p>модействии</p>	<p>шие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; навыками обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p>
		<p>УК-5.2 Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп</p>	<p><b>Знать:</b> основы построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм</p>

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
			научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса
		УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	<p><b>Знать:</b> основы обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламы гостиничного бизнеса</p>
ПК-4	Способен к формированию и продвижению гостиничного (ресторанного) продукта, соответствующего требованиям потребителей	ПК-4.1 Обладает навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства	<p><b>Знать:</b> методы и инструменты планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться методами и инструментами планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p>
		ПК-4.2 Применяет в профессиональной деятельности технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства	<p><b>Знать:</b> основные технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p> <p><b>Уметь:</b> использовать основные технологии маркетинговых исследований в индустрии го-</p>

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
		ства	степриимства <b>Владеть:</b> навыками применения технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства
		ПК-4.3 Находит и оценивает новые рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничного комплекса	<b>Знать:</b> методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию гостиничного комплекса <b>Уметь:</b> пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию гостиничного комплекса <b>Владеть:</b> навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию гостиничного комплекса
		ПК-4.4 Находит и оценивает новые рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи, способствующие развитию предприятия питания	<b>Знать:</b> методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию предприятия питания <b>Уметь:</b> пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию предприятия питания <b>Владеть:</b> навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной дея-



<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
			тельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию предприятия питания

## **2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы магистратуры 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело». Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

## **3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетные единицы (з.е.), 108 академических часов.

Таблица 3 - Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	18
в том числе:	
лекции	0
лабораторные занятия	0
практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	89,9
Контроль (подготовка к экзамену)	
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	0,1
в том числе:	
зачет	0,1
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрена
экзамен (включая консультацию перед экзаменом)	не предусмотрен

#### 4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1	Основы рекламы	Исторические этапы становления рекламы. Сущность и функции рекламы. Классификация видов рекламы Социально-психологические основы рекламной деятельности.
2	Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе	Виды и жанры рекламы в гостиничном бизнесе. Специфика построения рекламной стратегии в гостиничном бизнесе. Фирменный стиль объектов гостиничного бизнеса
3	Разработка рекламного продукта	Исследование потребительского рынка и определение целей рекламы. Выбор каналов распространения рекламы. Специфика создания рекламного обращения в сфере гостиничного бизнеса.

Таблица 4.1.2 – Содержание дисциплины и его методическое обеспечение

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	Компетенции
		лек., (час.)	№ лаб.	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Основы рекламы		—	№ 1	У-1,2,3 МУ-1	УО, Т,К-з (1-5)	УК-5 ПК-4
2	Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе		—	№ 1	У-1,2,3,4 МУ-1	УО, Т,К-з (6-12)	УК-5 ПК-4
3	Разработка рекламного продукта		—	№ 3	У-1,2,3,4 МУ-1	УО, Т,К-з (13-18)	УК-5 ПК-4

УО – устный опрос, КЗ-кейс-задачи, Т – тестирование, Р – защита (проверка) рефератов

##### 4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

###### 4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического занятия	Объем, час.
1.	Основы рекламы. Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе	8
2.	Разработка рекламного продукта	10

Итого	18
-------	----

### 4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час
1	Основы рекламы	1-5 неделя	26
2	Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе	6-12 неделя	30
3	Разработка рекламного продукта	13-18 неделя	33,9
Итого			89,9

### 5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

*библиотекой университета:*

- библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с УП и данной РПД;

- имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.

*кафедрой:*

- путем обеспечения доступности всего необходимого учебно-методического и справочного материала;

- путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств.

- путем разработки: методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов; тем рефератов; вопросов к зачету и т.д.

*типографией университета:*

- помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической литературы;

- удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

### 6 Образовательные технологии

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использо-

вание в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

Таблица 6.1 – Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

№	Наименование раздела (темы лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час
1	Разработка рекламного продукта	Работа в малых группах	2
Итого:			2

## 7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### 7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.1 – Этапы формирования компетенций

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули) и практики, при изучении/ прохождении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
1	2	3	4
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Национальные и международные системы гостиничного хозяйства	Туристский рынок и гостиничный бизнес Технология формирования и продвижения гостиничного продукта Инновационные методы прогнозирования и планирования гостиничной деятельности	
ПК-4 Способен к формированию и продвижению гостиничного (ресторанного) продукта, соответствующего требованиям потребителей	Иностранный язык	Туристский рынок и гостиничный бизнес Технология формирования и продвижения гостиничного продукта	Производственная организационно-управленческая практика Производственная преддипломная практика

## 7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7.2 – Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень (хорошо)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
УК- 5 / основной	<p>УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии</p> <p>УК-5.2 Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп</p> <p>УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении про-</p>	<p><b>Знать:</b> основы анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; основы построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исто-</p>	<p><b>Знать:</b> основы анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; основы обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; основы обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывать актуальность их ис-</p>	<p><b>Знать:</b> основы анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; основы обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; основы построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; основы обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при вы-</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	<p>профессиональных задач</p>	<p>рического развития; обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; навыками обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламы гостиничного бизнеса</p>	<p>пользования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; навыками построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; навыками обеспечения создания недискриминационной среды вза-</p>	<p>полнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
			имодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламы гостиничного бизнеса	<b>Владеть:</b> навыками анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; навыками обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; навыками построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; навыками обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламы гостиничного бизнеса
ПК-4 / основной	ПК-4.1 Обладает навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии го-	<b>Знать:</b> методы планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии го-	<b>Знать:</b> методы и инструменты планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии	<b>Знать:</b> методы и инструменты планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприим-

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	<p>степриимства</p> <p>ПК-4.2 Применяет в профессиональной деятельности технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p> <p>ПК-4.3 Находит и оценивает новые рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничного комплекса</p> <p>ПК-4.4 Находит и оценивает новые рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи, способствующие развитию предприятия питания</p>	<p>степриимства; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию гостиничного комплекса; способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию предприятия питания</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться методами и инструментами планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; пользоваться способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности</p>	<p>гостеприимства; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию гостиничного комплекса; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию предприятия питания</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться методами планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; пользоваться методами поиска и оценки</p>	<p>ства; основные технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию гостиничного комплекса; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию предприятия питания</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться методами и инструментами планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; использовать основные технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и</p>



Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		<p>предприятия питания и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию предприятия питания</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; навыками формулирования бизнес-идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию предприятия питания</p>	<p>новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию предприятия питания</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию предприятия питания</p>	<p>способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию предприятия питания</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; навыками применения технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию предприятия питания</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
				ния

### 7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.3 - Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля успеваемости

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
1	Основы рекламы	УК-5 ПК-4	Практическое занятие № 1, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №1 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 1	согласно таб. 7.2
2	Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе	УК-5 ПК-4	Практическое занятие № 1, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №1 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 1	согласно таб. 7.2
3	Разработка рекламного продукта	УК-5 ПК-4	Практическое занятие № 2, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №2 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 2	согласно таб. 7.2

Примеры типовых контрольных заданий для проведения текущего контроля успеваемости

Тема: «Основы рекламы. Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе»

1. Выбрать правильный ответ:

Рекламе соответствует определение:

1. Это формирование осведомленности и знания о новом товаре;
2. Это распространяемая в любой форме информация о лице, товарах, услугах, идеях или общественном движении, оплаченная рекламодателем с целью привлечения внимания к объекту рекламирования;
3. Это комплекс взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающих определенный период времени и направленных на достижение рекламодателем конкретной маркетинговой цели;
4. Это демонстрация потенциальному покупателю товара в процессе его эксплуатации, употребления;
5. Это намеренное использование информации с целью создания у аудитории определенного образа.

2. Вставить пропущенное слово:

Скидки с цены, распространение купонов, проведение конкурсов – это приемы \_\_\_\_\_.

Кейс-задача

Разработайте информационное рекламное сообщение в виде ньюс-релиза – краткого новостного материала, рассчитанного для объявления по радио, телевидению на несколько минут; Составьте пресс-релиз о любом мероприятии, событии, новой услуге внедряемой гостиницей на рынок, или о проведении пресс-конференции по случаю открытия нового отеля или ресторана при гостинице – для публикации статьи.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости представлены в УММ по дисциплине.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

*Промежуточная аттестация* по дисциплине проводится в форме зачета. Зачет проводится в виде бланкового и компьютерного тестирования.

Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы (КИМ) – вопросы и задания в тестовой форме, составляющие банк тестовых заданий (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 4 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных долях (%). БТЗ включает в себя не менее 100 заданий и постоянно пополняется. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах:

- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов),
- открытой (необходимо вписать правильный ответ),

*Умения, навыки (или опыт деятельности) и компетенции* проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов. Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат КИМ позво-

ляет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

### Примеры типовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задание в закрытой форме:

Выберите один правильный ответ:

Физические или юридические лица, до которых доводится рекламная информация, формируемая в рекламном коммуникативном процессе, это:

- 1) средства распространения рекламы;
- 2) рекламные агентства;
- 3) медиаселлеры;
- 4) медиабайеры;
- 5) потребители рекламы.

Задание в открытой форме:

Реклама, размещенная на специально отведенных страницах (местах страниц) газеты или журнала, это: \_\_\_\_\_.

Компетентностно-ориентированная задача:

Создайте рекламное сообщение или PR-информацию о любом мероприятии в индустрии гостеприимства и туризма, проходящее в городе Курске или других регионах РФ, рекламу нового отеля, рекламу конференции по случаю внедрения на рынок новой гостиничной услуги и т.д.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены в УММ по дисциплине.

## **7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

- положение П 02.016–2018 О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам при освоении обучающимися образовательных программ;
- методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для *текущего контроля успеваемости* по дисциплине в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы применяется следующий порядок начисления баллов:

Таблица 7.4 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

Форма контроля	Минимальный балл	Максимальный балл
----------------	------------------	-------------------

	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
<i>Практическое занятие № 1</i> Основы рекламы. Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе <i>контрольные вопросы к устному опросу по теме №1, кейс-задачи, БТЗ</i>	6	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов менее 50%	12	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов более 50%
<i>Практическое занятие № 2</i> Разработка рекламного продукта <i>контрольные вопросы к устному опросу по теме №2, кейс-задачи, БТЗ</i>	6	Выполнил задания практ. занятия № 2, доля правильных ответов менее 50%	12	Выполнил задания практ. занятия №2, доля правильных ответов более 50%
СРС	12		24	
Итого	24		48	
Посещаемость	0		16	
Экзамен	0		36	
Итого	24		100	

Для промежуточной аттестации обучающихся, проводимой в виде бланкового тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ –16 заданий (15 вопросов и одна задача).

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме –2 балл,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование –36 баллов.

## **8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **8.1 Основная учебная литература**

#### **8.1 Основная литература**

1. Морган, Н. Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие / Н. Морган, А. Причард. – Москва : Юнити, 2015. – 482 с. : ил. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326> (дата обращения: 16.06.2020). – ISBN 5-238-00647-0. – Текст : электронный.

2. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме : учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 104 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?>

[page=book&id=476509](#) (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-1864-4. – Текст : электронный.

3. Чернышева, Т.Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие : [16+] / Т.Л. Чернышева ; Новосибирский государственный технический университет. – 2-е изд. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 92 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576172> (дата обращения: 16.06.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3193-1. – Текст : электронный.

## 8.2 Дополнительная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332> (дата обращения: 16.06.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03458-9. – Текст : электронный.

2. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 15-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 538 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142> (дата обращения: 16.06.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03441-1. – Текст : электронный.

## 8.3 Перечень методических указаний

1. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов и магистрантов всех направлений подготовки очной и заочной формы обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А.А. Колупаев. – Электрон. текстовые дан. (349 КБ). – Курск, 2017. – 40 с.

## 8.4 Другие учебно-методические материалы

## 9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал ВЦИОМ (социальные, политические, маркетинговые, экспресс- и др. исследования) <http://wciom.ru/>

2. Национальная служба мониторинга [www.monitornews.ru](http://www.monitornews.ru)

3. Левада-центр <http://www.levada.ru/>

4. Центр социального прогнозирования и маркетинга <http://www.socioprognoz.ru>

5. Евразийский монитор – Система регулярных межстрановых опросов населения: <http://www.eurasiamonitor.org>

6. ОИРОМ: объединение исследователей рынка и общественного мнения <http://www.oiom.ru/>

7. Институт общественного проектирования <http://www.inop.ru/>

8. Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО) <http://www.raso.ru/>
9. Российская Ассоциация студентов по связям с общественностью (РАССО) <http://rasso.ru/>
10. Университет МГИМО <http://mgimo.ru/>
11. Профессиональный pr-портал Sovetnik.ru <http://www.sovetnik.ru>
12. ПОЛИТКОМ: Информационный сайт политических комментариев <http://www.politcom.ru/>
13. Каталог образовательных сайтов [educatalog.ru](http://educatalog.ru)
14. Школа рекламиста (исследования, книги, статьи о рекламе, маркетинге, PR и дизайне) <http://www.advschool.ru/>
15. Интернет-портал: «Социология: методическая помощь студентам и аспирантам» <http://www.smolsoc.ru>
16. Институт корпоративной культуры <http://www.corpculture.ru/>
17. Сборник электронных курсов по психологии <http://www.ido.edu.ru/psychology>
18. Электронная библиотека портала <http://www.auditorium.ru>
19. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>
20. Научная библиотека МГУ <http://www.lib.msu.su>

## **10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное усвоение учебной дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее изучения путем планомерной работы. Основными видами аудиторной работы при изучении дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» являются лекции и практические занятия.

Обучающийся должен активно участвовать в выполнении видов практических работ, определенных для данной дисциплины. В этой связи при проработке лекционного материала обучающиеся должны иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые вопросы учебного материала. Остальные осваиваются в ходе других видов занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Следует иметь в виду, что все разделы и темы дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» представлены в дидактически проработанной последовательности, что предусматривает логическую стройность курса и продуманную систему освоения обучающимися учебного материала, поэтому нельзя приступать к изучению последующих тем (разделов), не усвоив предыдущих. В ходе лекционных занятий студент должен конспектировать учебный материал, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных

теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью выяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Изучение наиболее важных тем или разделов дисциплины завершают практические занятия. Они предназначены для расширения и углубления знаний по учебной дисциплине, формирования умений и компетенций, предусмотренных стандартом.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в основной литературе и, желательно, в дополнительной литературе, используемой для расширения объема знаний по теме (разделу), в Интернет-ресурсах.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты готовят презентации, доклады по отдельным темам дисциплины.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования, собеседования, устных и письменных ответов на контрольные вопросы по темам практических работ, уровню подготовки презентаций, докладов.

Преподаватель на первых занятиях объясняет студентам, какие формы обучения следует использовать при самостоятельном изучении дисциплины «Реклама в индустрии гостеприимства»: конспектирование учебной литературы и лекции, составление словарей понятий и терминов и т. п.

В процессе обучения преподаватели используют активные формы работы со студентами: чтение лекций, привлечение студентов к творческому процессу на лекциях, контроль путем отработки студентами пропущенных лекции, участие в групповых и индивидуальных консультациях (собеседовании). Эти формы способствуют выработке у студентов умения работать с учебником и литературой. Изучение литературы составляет значительную часть самостоятельной работы студента. Это большой труд, требующий усилий и желания студента. В самом начале работы над книгой важно определить цель и направление этой работы. Прочитанное следует закрепить в памяти. Одним из приемов закрепления освоенного материала является конспектирование, без которого немислима серьезная работа над литературой. Систематическое конспектирование помогает научиться правильно, кратко и четко излагать своими словами прочитанный материал.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному освоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю по вопросам дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» с целью освоения и закрепления компетенции, закрепленной за дисциплиной.

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» – закрепить теоретические



знания, полученные в процессе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки поиска исторической информации.

### **11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Libreoffice операционная система Windows  
Антивирус Касперского (или ESETNOD)

### **12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Стандартно оборудованная аудитория.

Комплект мультимедийного оборудования 1: ноутбук ASUS X50VL PMDT2330/14/1024/Mb/160Gb; проектор inFocusIN24+, экран, аудиокolonки.

Комплект мультимедийного оборудования 2: ноутбук HP 250 Gb 15,6" (HD i5-7200U/4Gb/DVD); проектор Benq MV533, экран, аудиокolonки.

### **13 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

*Для лиц с нарушением слуха* возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

*Для лиц с нарушением зрения* допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении

промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

*Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата*, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочесть задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

**14 Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу дисциплины**

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	измененных	замененных	аннулированных	новых			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета лингвистики и  
межкультурной коммуникации  
(наименование ф-та полностью)

 О.Л. Ворошилова  
(подпись, инициалы, фамилия)

«29» 08 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе

(наименование дисциплины)

ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело

шифр и наименование направления подготовки (специальности)

направленность (профиль) «Гостиничное дело»

наименование направленности (профиля, специализации)

форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Курск – 2019

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета (протокол №7 «29» марта 2019 г.).

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для обучения студентов по ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело» на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса


№ 1 «29» 08 2019 г. (наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_  Горюшкина Н.Е.

Разработчик программы \_\_\_\_\_  Третьяк А.С.  
К.И.Н. (ученая степень и ученое звание, Ф.И.О.)

Директор научной библиотеки \_\_\_\_\_  Макаровская В.Г.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета (протокол №9 «25» 06 2021 г.), на заседании кафедры ИИСКС, протокол от 25.06.21  
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ 

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета (протокол №9 «25» 06 2021 г.), на заседании кафедры ИИСКС, протокол от 25.06.21  
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол № 4 «28» 02 2022 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «30» 08 2023 г. протокол № 7 .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  »    20 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  »    20 г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  »    20 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  »    20 г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  »    20 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  »    20 г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  »    20 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  »    20 г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль) Гостиничное дело, одобренного Ученым советом университета протокол №    «  »    20 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «  »    20 г. протокол №    .

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

## **1 Цель и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

### **1.1 Цель дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области рекламной деятельности гостиничного предприятия.

### **1.2 Задачи дисциплины**

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- изучение основных принципов организации рекламной деятельности гостиничных предприятий и особенностей планирования рекламной кампании;
- изучение социально-психологических основ рекламной деятельности в гостиничном бизнесе;
- определение специфики построения рекламной стратегии в гостиничном бизнесе;
- получение навыков разработки рекламного продукта с помощью методов и технологий маркетинговых исследований

### **1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

Таблица 1.3 – Результаты обучения по дисциплине

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаи-	<b>Знать:</b> основы анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; основы обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса <b>Уметь:</b> анализировать важней-

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
		<p>модействии</p>	<p>шие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; навыками обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p>
		<p>УК-5.2 Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп</p>	<p><b>Знать:</b> основы построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм</p>



<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
			научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса
		УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	<p><b>Знать:</b> основы обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламы гостиничного бизнеса</p>
ПК-4	Способен к формированию и продвижению гостиничного (ресторанного) продукта, соответствующего требованиям потребителей	ПК-4.1 Обладает навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства	<p><b>Знать:</b> методы и инструменты планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться методами и инструментами планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p>
		ПК-4.2 Применяет в профессиональной деятельности технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства	<p><b>Знать:</b> основные технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p> <p><b>Уметь:</b> использовать основные технологии маркетинговых исследований в индустрии го-</p>

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
		ства	степриимства <b>Владеть:</b> навыками применения технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства
		ПК-4.3 Находит и оценивает новые рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничного комплекса	<b>Знать:</b> методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию гостиничного комплекса <b>Уметь:</b> пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию гостиничного комплекса <b>Владеть:</b> навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию гостиничного комплекса
		ПК-4.4 Находит и оценивает новые рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи, способствующие развитию предприятия питания	<b>Знать:</b> методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию предприятия питания <b>Уметь:</b> пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию предприятия питания <b>Владеть:</b> навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной дея-

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
			тельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию предприятия питания

## **2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы магистратуры 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничное дело». Дисциплина изучается на 2 курсе.

## **3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетные единицы (з.е.), 108 академических часов.

Таблица 3 - Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	10
в том числе:	
лекции	0
лабораторные занятия	0
практические занятия	10
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	93,9
Контроль (подготовка к экзамену)	4
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	0,1
в том числе:	
зачет	0,1
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрена
экзамен (включая консультацию перед экзаменом)	не предусмотрен

#### 4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1	Основы рекламы	Исторические этапы становления рекламы. Сущность и функции рекламы. Классификация видов рекламы Социально-психологические основы рекламной деятельности.
2	Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе	Виды и жанры рекламы в гостиничном бизнесе. Специфика построения рекламной стратегии в гостиничном бизнесе. Фирменный стиль объектов гостиничного бизнеса
3	Разработка рекламного продукта	Исследование потребительского рынка и определение целей рекламы. Выбор каналов распространения рекламы. Специфика создания рекламного обращения в сфере гостиничного бизнеса.

Таблица 4.1.2 –Содержание дисциплины и его методическое обеспечение

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра)	Компетенции
		лек., (час.)	№ лаб.	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Основы рекламы		—	№ 1	У-1,2,3 МУ-1	УО, Т,К-3 (1-5)	УК-5 ПК-4
2	Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе		—	№ 1	У-1,2,3,4 МУ-1	УО, Т,К-3 (6-12)	УК-5 ПК-4
3	Разработка рекламного продукта		—	№ 3	У-1,2,3,4 МУ-1	УО, Т,К-3 (13-18)	УК-5 ПК-4

УО – устный опрос, КЗ-кейс-задачи, Т – тестирование, Р – защита (проверка) рефератов

##### 4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

###### 4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического занятия	Объем, час.
3.	Основы рекламы. Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе	4
4.	Разработка рекламного продукта	6

Итого	10
-------	----

### 4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час
1	Основы рекламы	1-5 неделя	26
2	Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе	6-12 неделя	32
3	Разработка рекламного продукта	13-18 неделя	35,9
Итого			93,9

### 5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

*библиотекой университета:*

- библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с УП и данной РПД;

- имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.

*кафедрой:*

- путем обеспечения доступности всего необходимого учебно-методического и справочного материала;

- путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств.

- путем разработки: методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов; тем рефератов; вопросов к зачету и т.д.

*типографией университета:*

- помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической литературы;

- удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

### 6 Образовательные технологии

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использо-

вание в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

Таблица 6.1 – Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

№	Наименование раздела (темы лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час
1	Разработка рекламного продукта	Работа в малых группах	2
Итого:			2

## 7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### 7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.1 – Этапы формирования компетенций

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули) и практики, при изучении/ прохождении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
1	2	3	4
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Национальные и международные системы гостиничного хозяйства	Туристский рынок и гостиничный бизнес Технология формирования и продвижения гостиничного продукта Инновационные методы прогнозирования и планирования гостиничной деятельности	
ПК-4 Способен к формированию и продвижению гостиничного (ресторанного) продукта, соответствующего требованиям потребителей	Иностранный язык	Туристский рынок и гостиничный бизнес Технология формирования и продвижения гостиничного продукта	Производственная организационно-управленческая практика Производственная преддипломная практика

## 7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7.2 – Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень (хорошо)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
УК- 5 / основной	<p>УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии</p> <p>УК-5.2 Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп</p> <p>УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении про-</p>	<p><b>Знать:</b> основы анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; основы построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исто-</p>	<p><b>Знать:</b> основы анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; основы обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; основы обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывать актуальность их ис-</p>	<p><b>Знать:</b> основы анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; основы обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; основы построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; основы обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при вы-</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	<p>фессиональных задач</p>	<p>рического развития; обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; навыками обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламы гостиничного бизнеса</p>	<p>пользования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; навыками построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; навыками обеспечения создания недискриминационной среды вза-</p>	<p>полнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса</p>



Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
			имодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламы гостиничного бизнеса	<b>Владеть:</b> навыками анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; навыками обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; навыками построения социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп в сфере рекламной деятельности гостиничного бизнеса; навыками обеспечения создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач в сфере рекламы гостиничного бизнеса
ПК-4 / основной	ПК-4.1 Обладает навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии го-	<b>Знать:</b> методы планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии го-	<b>Знать:</b> методы и инструменты планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии	<b>Знать:</b> методы и инструменты планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприим-

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	<p>степриимства</p> <p>ПК-4.2 Применяет в профессиональной деятельности технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства</p> <p>ПК-4.3 Находит и оценивает новые рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничного комплекса</p> <p>ПК-4.4 Находит и оценивает новые рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи, способствующие развитию предприятия питания</p>	<p>степриимства; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию гостиничного комплекса; способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию предприятия питания</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться методами и инструментами планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; пользоваться способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности</p>	<p>гостеприимства; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию гостиничного комплекса; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию предприятия питания</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться методами планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; пользоваться методами поиска и оценки</p>	<p>ства; основные технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию гостиничного комплекса; методы поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способы создания новых бизнес идей, способствующие развитию предприятия питания</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться методами и инструментами планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; использовать основные технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности гостиничного бизнеса и</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		<p>предприятия питания и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию предприятия питания</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; навыками формулирования бизнес-идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию предприятия питания</p>	<p>новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию предприятия питания</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию предприятия питания</p>	<p>способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; пользоваться методами поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности предприятия питания и способами создания новых бизнес идей, способствующих развитию предприятия питания</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; навыками применения технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию гостиничного комплекса; навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей в рекламной деятельности, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию предприятия питания</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенции)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
				ния

### 7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.3 - Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля успеваемости

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
1	Основы рекламы	УК-5 ПК-4	Практическое занятие № 1, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №1	Задание к практическому занятию № 1	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи		
				БТЗ		
2	Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе	УК-5 ПК-4	Практическое занятие № 1, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №1	Задание к практическому занятию № 1	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи		
				БТЗ		
3	Разработка рекламного продукта	УК-5 ПК-4	Практическое занятие № 2, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №2	Задание к практическому занятию № 2	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи		
				БТЗ		

Примеры типовых контрольных заданий для проведения текущего контроля успеваемости

Тема: «Основы рекламы. Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе»

1. Выбрать правильный ответ:

Рекламе соответствует определение:

6. Это формирование осведомленности и знания о новом товаре;
7. Это распространяемая в любой форме информация о лице, товарах, услугах, идеях или общественном движении, оплаченная рекламодателем с целью привлечения внимания к объекту рекламирования;
8. Это комплекс взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающих определенный период времени и направленных на достижение рекламодателем конкретной маркетинговой цели;
9. Это демонстрация потенциальному покупателю товара в процессе его эксплуатации, употребления;
10. Это намеренное использование информации с целью создания у аудитории определенного образа.

2. Вставить пропущенное слово:

Скидки с цены, распространение купонов, проведение конкурсов – это приемы \_\_\_\_\_.

Кейс-задача

Разработайте информационное рекламное сообщение в виде ньюс-релиза – краткого новостного материала, рассчитанного для объявления по радио, телевидению на несколько минут; Составьте пресс-релиз о любом мероприятии, событии, новой услуге внедряемой гостиницей на рынок, или о проведении пресс-конференции по случаю открытия нового отеля или ресторана при гостинице – для публикации статьи.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости представлены в УММ по дисциплине.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

*Промежуточная аттестация* по дисциплине проводится в форме зачета. Зачет проводится в виде бланкового и компьютерного тестирования.

Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы (КИМ) – вопросы и задания в тестовой форме, составляющие банк тестовых заданий (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 4 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных долях (%). БТЗ включает в себя не менее 100 заданий и постоянно пополняется. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах:

- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов),
- открытой (необходимо вписать правильный ответ),

*Умения, навыки (или опыт деятельности) и компетенции* проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов. Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат КИМ позво-

ляет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

#### Примеры типовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задание в закрытой форме:

Выберите один правильный ответ:

Физические или юридические лица, до которых доводится рекламная информация, формируемая в рекламном коммуникативном процессе, это:

- 1) средства распространения рекламы;
- 2) рекламные агентства;
- 3) медиаселлеры;
- 4) медиабайеры;
- 5) потребители рекламы.

Задание в открытой форме:

Реклама, размещенная на специально отведенных страницах (местах страниц) газеты или журнала, это: \_\_\_\_\_.

Компетентностно-ориентированная задача:

Создайте рекламное сообщение или PR-информацию о любом мероприятии в индустрии гостеприимства и туризма, проходящее в городе Курске или других регионах РФ, рекламу нового отеля, рекламу конференции по случаю внедрения на рынок новой гостиничной услуги и т.д.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены в УММ по дисциплине.

### **7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

- положение П 02.016–2018 О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам при освоении обучающимися образовательных программ;
- методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для *текущего контроля успеваемости* по дисциплине в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы применяется следующий порядок начисления баллов:

Таблица 7.4 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

Форма контроля	Минимальный балл	Максимальный балл
----------------	------------------	-------------------

	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
<i>Практическое занятие № 1</i> Основы рекламы. Особенности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе <i>контрольные вопросы к устному опросу по теме №1, кейс-задачи, БТЗ</i>	6	Выполнил задания практи. занятия № 1, доля правильных ответов менее 50%	12	Выполнил задания практи. занятия № 1, доля правильных ответов более 50%
<i>Практическое занятие № 2</i> Разработка рекламного продукта <i>контрольные вопросы к устному опросу по теме №2, кейс-задачи, БТЗ</i>	6	Выполнил задания практи. занятия № 2, доля правильных ответов менее 50%	12	Выполнил задания практи. занятия №2, доля правильных ответов более 50%
СРС	12		24	
Итого	24		48	
Посещаемость	0		16	
Экзамен	0		36	
Итого	24		100	

Для промежуточной аттестации обучающихся, проводимой в виде бланкового тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ –16 заданий (15 вопросов и одна задача).

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме –2 балл,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование –36 баллов.

## **8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **8.1 Основная учебная литература**

#### **8.1 Основная литература**

1. Морган, Н. Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие / Н. Морган, А. Причард. – Москва : Юнити, 2015. – 482 с. : ил. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326> (дата обращения: 16.06.2020). – ISBN 5-238-00647-0. – Текст : электронный.

2. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме : учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 104 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?>

[page=book&id=476509](#) (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-1864-4. – Текст : электронный.

3. Чернышева, Т.Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие : [16+] / Т.Л. Чернышева ; Новосибирский государственный технический университет. – 2-е изд. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 92 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576172> (дата обращения: 16.06.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3193-1. – Текст : электронный.

## 8.2 Дополнительная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332> (дата обращения: 16.06.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03458-9. – Текст : электронный.

2. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 15-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 538 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142> (дата обращения: 16.06.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03441-1. – Текст : электронный.

## 8.3 Перечень методических указаний

2. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов и магистрантов всех направлений подготовки очной и заочной формы обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А.А. Колупаев. – Электрон. текстовые дан. (349 КБ). – Курск, 2017. – 40 с.

## 8.4 Другие учебно-методические материалы

## 9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал ВЦИОМ (социальные, политические, маркетинговые, экспресс- и др. исследования) <http://wciom.ru/>

2. Национальная служба мониторинга [www.monitornews.ru](http://www.monitornews.ru)

3. Левада-центр <http://www.levada.ru/>

4. Центр социального прогнозирования и маркетинга <http://www.socioprognoz.ru>

5. Евразийский монитор – Система регулярных межстрановых опросов населения: <http://www.eurasiamonitor.org>

6. ОИРОМ: объединение исследователей рынка и общественного мнения <http://www.oiom.ru/>

7. Институт общественного проектирования <http://www.inop.ru/>



8. Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО) <http://www.raso.ru/>
9. Российская Ассоциация студентов по связям с общественностью (РАССО) <http://rasso.ru/>
10. Университет МГИМО <http://mgimo.ru/>
11. Профессиональный pr-портал Sovetnik.ru <http://www.sovetnik.ru>
12. ПОЛИТКОМ: Информационный сайт политических комментариев <http://www.politcom.ru/>
13. Каталог образовательных сайтов [educatalog.ru](http://educatalog.ru)
14. Школа рекламиста (исследования, книги, статьи о рекламе, маркетинге, PR и дизайне) <http://www.advschool.ru/>
15. Интернет-портал: «Социология: методическая помощь студентам и аспирантам» <http://www.smolsoc.ru>
16. Институт корпоративной культуры <http://www.corpculture.ru/>
17. Сборник электронных курсов по психологии <http://www.ido.edu.ru/psychology>
18. Электронная библиотека портала <http://www.auditorium.ru>
19. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>
20. Научная библиотека МГУ <http://www.lib.msu.su>

## **10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное усвоение учебной дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее изучения путем планомерной работы. Основными видами аудиторной работы при изучении дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» являются лекции и практические занятия.

Обучающийся должен активно участвовать в выполнении видов практических работ, определенных для данной дисциплины. В этой связи при проработке лекционного материала обучающиеся должны иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые вопросы учебного материала. Остальные осваиваются в ходе других видов занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Следует иметь в виду, что все разделы и темы дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» представлены в дидактически проработанной последовательности, что предусматривает логическую стройность курса и продуманную систему освоения обучающимися учебного материала, поэтому нельзя приступать к изучению последующих тем (разделов), не усвоив предыдущих. В ходе лекционных занятий студент должен конспектировать учебный материал, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных

теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью выяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Изучение наиболее важных тем или разделов дисциплины завершают практические занятия. Они предназначены для расширения и углубления знаний по учебной дисциплине, формирования умений и компетенций, предусмотренных стандартом.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в основной литературе и, желательно, в дополнительной литературе, используемой для расширения объема знаний по теме (разделу), в Интернет-ресурсах.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты готовят презентации, доклады по отдельным темам дисциплины.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования, собеседования, устных и письменных ответов на контрольные вопросы по темам практических работ, уровню подготовки презентаций, докладов.

Преподаватель на первых занятиях объясняет студентам, какие формы обучения следует использовать при самостоятельном изучении дисциплины «Реклама в индустрии гостеприимства»: конспектирование учебной литературы и лекции, составление словарей понятий и терминов и т. п.

В процессе обучения преподаватели используют активные формы работы со студентами: чтение лекций, привлечение студентов к творческому процессу на лекциях, контроль путем отработки студентами пропущенных лекции, участие в групповых и индивидуальных консультациях (собеседовании). Эти формы способствуют выработке у студентов умения работать с учебником и литературой. Изучение литературы составляет значительную часть самостоятельной работы студента. Это большой труд, требующий усилий и желания студента. В самом начале работы над книгой важно определить цель и направление этой работы. Прочитанное следует закрепить в памяти. Одним из приемов закрепления освоенного материала является конспектирование, без которого немислима серьезная работа над литературой. Систематическое конспектирование помогает научиться правильно, кратко и четко излагать своими словами прочитанный материал.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному освоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю по вопросам дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» с целью освоения и закрепления компетенции, закрепленной за дисциплиной.

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Рекламная деятельность в гостиничном бизнесе» – закрепить теоретические

знания, полученные в процессе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки поиска исторической информации.

### **11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Libreoffice операционная система Windows  
Антивирус Касперского (или ESETNOD)

### **12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Стандартно оборудованная аудитория.

Комплект мультимедийного оборудования 1: ноутбук ASUS X50VL PMDT2330/14/1024/Мб/160Gb; проектор inFocusIN24+, экран, аудиокolonки.

Комплект мультимедийного оборудования 2: ноутбук HP 250 Gb 15,6" (HD i5-7200U/4Gb/DVD); проектор Benq MV533, экран, аудиокolonки.

### **13 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

*Для лиц с нарушением слуха* возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

*Для лиц с нарушением зрения* допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении

промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

*Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата*, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочесть задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

**14 Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу дисциплины**

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	измененных	замененных	аннулированных	новых			