

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет исторических и политических наук



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по ОД

Е.В. Луков

20 25 г.

Рабочая программа дисциплины

Реклама и PR в индустрии гостеприимства

по направлению подготовки

43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) подготовки:

Организация и управление гостиничным бизнесом

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2026

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.В. Муравьев

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-8. Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-8.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

ИПК-8.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет.

ИПК-8.3. Проводит оценку бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.

2. Задачи освоения дисциплины

- Определение сущности современной рекламы и PR, её особенностей в индустрии гостеприимства;
- Изучение этапов процесса планирования рекламных и PR кампаний;
- Раскрытие сущности рекламного обращения;
- Овладение практическими навыками выбора средств распространения рекламы, расчета бюджета рекламы,
- Оценки эффективности рекламы.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Четвертый семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам:

- Интернет-технологии в индустрии гостеприимства и общественного питания;
- Маркетинг организации сферы гостеприимства и общественного питания;
- Экономика организации сферы гостеприимства и общественного питания;
- Менеджмент организации сферы гостеприимства и общественного питания;
- Сервисная деятельность;
- Технологии и организация обслуживания на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

- лекции: 18 ч.
- практические занятия: 26 ч.
в том числе практическая подготовка: 26 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Реклама и PR и их виды.

Содержание лекции: Реклама и PR в комплексе маркетинга. Определение рекламы и PR. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». Особенности рекламы и PR в индустрии гостеприимства. Многообразие видов рекламы и PR в сфере гостеприимства. Классификации видов рекламы по ряду признаков: по объекту рекламирования, по характеру рекламы, в соответствии с жизненным циклом рекламируемого продукта, по способу воздействия на адресата. Организация рекламной деятельности в индустрии гостеприимства. Определение рекламодателя, рекламопроизводителя. Взаимодействие специалистов рекламодателя и рекламного агентства.

Тема 2. Планирование рекламных и PR кампаний предприятия индустрии гостеприимства и оценка их эффективности.

Содержание лекции: Определение рекламной кампании и PR кампании. Классификации рекламных и PR кампаний по ряду признаков: по интенсивности, по территориальному охвату, по срокам проведения. Планирование рекламных и PR кампаний предприятия индустрии гостеприимства. Методы разработки рекламного бюджета: финансирование «от возможностей», метод «фиксированного процента», метод «ориентации на конкурента», экспертный метод и др. Распределение рекламных средств по направлениям и статьям расходов. Проблемы определения эффективности рекламы. Виды эффективности рекламы. Измерение экономической эффективности рекламы. Определение коммуникативной эффективности рекламы.

Тема 3. Рекламные исследования и определение целей рекламы.

Содержание лекции: Информационное обеспечение рекламной деятельности туристского предприятия. Сущность и виды рекламных исследований. Их краткая характеристика. Определение целей рекламы. Их группировка. Типичные цели рекламы.

Тема 4. Психология восприятия рекламы людьми.

Содержание лекции: Определение доминанты. Три стадии формирования доминанты. Краткая характеристика свойств доминанты. Корректировка нежелательных доминант. Характеристика способов корректировки нежелательных доминант. Использование и преобразование стереотипов поведения людей в рекламной практике. Модели восприятия потенциальными покупателями рекламных сообщений: модель AJDA, модель ATR. Их характеристика.

Тема 5. Разработка рекламного обращения.

Содержание лекции: Определение рекламного обращения. Признаки уникального торгового предложения. Роль творческого характера в рекламной деятельности. Структура рекламного обращения. Варианты структуры рекламного обращения. Характеристика элементов рекламного сообщения. Тема и девиз рекламы. Определения рекламного слогана. Основные требования к рекламному слогану. Рекламная графика, цвет и иллюстрации в рекламном обращении. Значение графической части рекламы в формировании доминантных очагов. Сочетание цветов в соответствии с правилами «круга естественных цветов». Влияние цвета на психологию восприятия рекламных обращений. Рекламный текст и требования к нему. Форма рекламного обращения и краткая характеристика её распространенных вариантов. Особенности функциональных стилей в рекламе: официально-деловой; научно-профессиональный; публицистический; разговорный (обиходно-бытовой).

Тема 6. Выбор средств распространения рекламы.

Содержание лекции: Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы. Перечень основных факторов и их краткая характеристика. Основное средство распространения рекламы и вспомогательные. Принятие решений об основных параметрах рекламы. Понятие и характеристика основных параметров рекламы: охват, частота, сила воздействия. Зависимость частоты рекламного воздействия на уровень реакции человека («кривая Вундта»). План основных мероприятий рекламной кампании.

Тема 7. Особенности использования основных средств распространения рекламы.

Содержание лекции: Характеристика рекламы в прессе и особенности её использования. Превосходство газет над другими средствами распространения рекламы. Преимущества рекламы в журналах. Требования к шрифту текста. Характеристика печатной рекламы и особенности её использования. Правило выполнения печатных материалов престижного характера. Виды печатной рекламы предприятий туристической индустрии. Характеристика видов аудиовизуальной рекламы и особенности её использования. Характеристика радиорекламы. Преимущества и недостатки радиорекламы. Виды радиорекламы. Характеристика телевизионной рекламы и особенности её использования. Специфические черты телевизионной рекламы. Виды телевизионной рекламы. Недостатки телевизионной рекламы. Характеристика прямой почтовой рекламы и особенности её использования. Формы отправок прямой почтовой рекламы. Особенности прямой почтовой рекламы. Основные категории рекламных сувениров. Термин «наружная» реклама. Виды наружной рекламы. Характеристика рекламы в интернете, её виды и особенности использования. Реклама на выставках и ярмарках. Важность участия в выставочных мероприятиях для туристического предприятия.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем практических заданий, конспектов, дискуссий, итоговых тестов, вопросов для подготовки к экзамену, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в четвертом семестре проводится в письменной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из трех частей. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «iDO» - <https://lms.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по проведению лабораторных работ.

д) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) Основная литература:

- Васильева Л.А. Реклама: учебное пособие / Васильева Л.А.. – Саратов: Вузовское образование, 2016. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/39114.html>
- Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие / Чилингир Е. Ю. – Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/145167.html>

б) Дополнительная литература:

- Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама: практическое пособие / Бердышев С. Н. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/57030.html>
- Резепов И. Ш. Психология рекламы и PR: учебное пособие / Резепов И. Ш. – Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/75203.html>
- Бердышев С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие / Бердышев С. Н. – Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/137769.html>

в) Ресурсы сети Интернет:

- Открытые онлайн-курсы
- Журнал «Эксперт» - <http://www.expert.ru>
- Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - www.gsk.ru
- Официальный сайт Всемирного банка - www.worldbank.org
- Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>

13. Перечень информационных технологий

а) Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- Публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) Информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юпайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта (с указанием площади и номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитория № 115. Оборудование: Графическая станция, процессор Intel i5, 16Гб оперативной памяти, монитор 24 дюйма Демонстрационный экран Мультимедиа-проектор. Учебная мебель: рабочие места по количеству обучающихся (аудиторные столы, стулья); рабочее место преподавателя (стол, стул); аудиторная доска.	634050, Томская область, г. Томск, пр-т Ленина, 36, стр.7 (29 по паспорту БТИ) Площадь 40,9 м².
Учебная аудитория для самостоятельной работы, индивидуальных консультаций. Аудитория № 121^А. Учебная мебель: рабочие места по количеству обучающихся (аудиторные столы, стулья); рабочее место преподавателя (стол, стул).	634050, Томская область, г. Томск, пр-т Ленина, 36, стр.7 (86 по паспорту БТИ) Площадь 23,8 м².