

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Реклама и PR в сервисе»**

<p align="center">Цель изучения дисциплины</p>	<p>Целью изучения дисциплины «Реклама и PR в сервисе» является формирование профессиональных умений и навыков по разработке и использованию рекламы в сервисе, планированию и проведению рекламных кампаний, созданию рекламного продукта.</p>
<p align="center">Место дисциплины в структуре образовательной программы</p>	<p>Дисциплина «Реклама и PR в сервисе» относится к вариативной части (обязательная дисциплина) (Б1.В.ОД.17) учебного плана по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль подготовки «Сервис гостинично-ресторанных и туристических комплексов».</p>
<p align="center">Формируемые компетенции</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3); - способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4); - способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права (ОК-6); - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса (ОПК-1); - готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя (ОПК-3).
<p align="center">Знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся приобретает следующие навыки:</p> <p>Знать: основные способы создания, продвижения рекламных продуктов и услуг предприятия сервиса; сущность информационных технологии как методов создания рекламных продуктов и услуг в сфере сервиса; основы разработки технологии рекламной деятельности в сервисе, показатели, оказывающие влияние на выбор средств распространения рекламы.</p> <p>Уметь: применять основные способы создания, продвижения рекламных продуктов и услуг предприятия сервиса; обосновывать выбор информационных технологий и их применение в соответствии с эффективной моделью рекламной деятельности в сервисе; применять основы разработки технологии рекламной деятельности в сервисе, выявлять и учитывать показатели, оказывающие влияние на выбор средств распространения рекламы.</p> <p>Владеть: методами создания и продвижения рекламных продуктов и услуг; методами исследования проблемного поля рекламной деятельности и поиска новых эффективных форм рекламы; навыками самостоятельной работы с информацией (ее восприятия, обобщения, анализа).</p>
<p align="center">Содержание дисциплины</p>	<p>Тема 1. Введение в курс «Реклама и PR в сервисе» Тема 2. История развития рекламы и рекламной деятельности. Особенности современного рынка рекламы Тема 3. Современная реклама и рекламная деятельность в сервисе: содержание и структура Тема 4. Основные принципы и правовое регулирование рекламной</p>

	<p>деятельности в сервисе</p> <p>Тема 5. Социально-психологические особенности рекламы</p> <p>Тема 6. Рекламные исследования в сервисной деятельности</p> <p>Тема 7. Основы разработки рекламы в сервисной деятельности</p> <p>Тема 8. Основные формы и виды рекламной деятельности</p> <p>Тема 9. Формирование бюджета рекламной деятельности в сервисе</p> <p>Тема 10. Особенности формирования фирменного стиля предприятий сервиса</p> <p>Тема 11. Рекламное агентство и его функции</p> <p>Тема 12. Рекламная кампания: понятие, сущность, классификация. Особенности планирования и проведения рекламной кампании в сервисе</p> <p>Тема 13. Оценка эффективности рекламной деятельности в сервисе</p>
<p>Используемые информационные, инструментальные и программные средства</p>	<p>Основная и дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анашкина Н.А. Рекламный образ. М.: «Юнити», 2010. 176 с. 2. Васильев Г.А. Поляков В.А. Основы рекламы: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2014. 407 с. 3. Гусаров Ю.В., Гусарова Л.Ф. Рекламная деятельность: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2014. 313 с. 4. Дурович А.П. Реклама в туризме: Учебное пособие. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2014. 158 с. 5. Корнилов Е.А., Корнилова Е.Е. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий. М.: «Флинта», 2012. 256 с. 6. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы. М.: «Дашков и Ко», 2011. 196 с. 7. Мамонова Е.А. Правовое регулирование рекламы. М.: «Дашков и Ко», 2010. 220 с. 8. Рекламная деятельность: Учебник / Под ред. В.Д. Секерина. М.: ИНФРА-М, 2014. 282 с. 9. Романова Т.П. Современная слоганистика. М.: «Бахрах-М», 2013. 192 с. 10. Шарков Ф.И., Гостенина В.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта. М.: «Дашков и Ко», 2012. 408 с. <p>Программное обеспечение:</p> <p>Для успешного освоения дисциплины обучающейся используют следующие программные средства:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Операционная система Windows или Linux - пакет офисных программ Microsoft Office или Libre Office. <p>Информационно-справочные системы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Справочная правовая система «Консультант Плюс». - Электронные каталоги научной библиотеки СГЮА – автоматизированная библиотечная программа ИРБИС; - Ресурсы электронно-библиотечной системы «ИНФРА-М»; - Виртуальная обучающая среда Moodle. <p>Материально-техническое обеспечение дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В целях обеспечения учебного процесса при необходимости используется аудитория, оборудованная мультимедийной техникой.
<p>Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости обучающихся</p>	<p>Теоретический опрос, доклады, деловая игра, круглый стол, дискуссия, case-study, творческие проекты.</p>

Форма промежуточной аттестации	Зачет, экзамен.
-----------------------------------------------	-----------------