



*ФГОС ВО*  
*(версия3++)*

## **РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ**

**Рабочая программа дисциплины**

**ЧЕЛЯБИНСК 2023**

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

**Кафедра истории, музеологии и документоведения**

## **РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ**

**Рабочая программа дисциплины**

**программа бакалавриата  
«Историко-культурный туризм»  
по направлению подготовки  
51.03.04 Музеология и  
охрана объектов культурного и природного наследия  
квалификация: бакалавр**

**Челябинск 2023**

**УДК 659.1(073)**  
**ББК 76.006.5 я65**  
**Р 36**

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.

Автор-составитель: Тищенко Е.В, зав. кафедрой истории, музеологии и документоведения, канд. пед. наук, доцент.

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендован к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 7 от 17.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023/ИКТ.

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

<b>Учебный год</b>	<b>№ протокола, дата утверждения</b>
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024
2025/26	
2026/27	
2027/28	

**Р 36** Реклама в туризме : рабочая программа бакалавриата «Историко-культурный туризм» по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов квалификация: бакалавр / авт.-сост. Е.В.Тищенко; Челябин. гос. ин-т культуры. – Челябинск, 2023. – 32 с. – (ФГОС ВО версия 3++).

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный  
институт культуры, 2023

## Содержание

Аннотация .....	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	5
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	7
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся .....	8
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий .....	8
4.1. Структура преподавания дисциплины .....	8
4.1.1. Матрица компетенций .....	9
4.2. Содержание дисциплины .....	10
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	12
5.1. Общие положения .....	12
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы .....	13
5.2.1. Содержание самостоятельной работы .....	13
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы .....	14
5.2.3. Перечень учебной литературы, необходимой для самостоятельной работы ..	14
5.2.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для самостоятельной работы .....	14
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	14
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	14
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования .....	17
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете .....	18
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания при использовании балльно-рейтинговой системы .....	19
6.2.2.3. Описание шкалы оценивания .....	20
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	21
6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену .....	21
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине .....	23
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы .....	23

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.....	23
6.3.4.1. Планы семинарских занятий .....	23
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	24
Практические занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены .....	24
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий .....	24
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ .....	24
6.3.4.5. Тестовые задания (примеры из разных вариантов).....	24
6.3.4.6. Контрольная работа для обучающихся по заочной форме обучения и методические рекомендации по ее выполнению.....	24
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
www.pushkin.ru – Всероссийский музей А.С. Пушкина.....	26
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	26
Лист изменений в рабочую программу дисциплины .....	30

## АННОТАЦИЯ

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.01.02 Реклама в туризме
2	Цель дисциплины	формирование научного систематизированного представления об основах рекламной деятельности, ее специфике в сфере туризма для создания эффективных туров въездного, выездного и внутреннего туризма
3	Задачи дисциплины заключаются:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• знакомстве с теоретико-методологическими основами общей рекламы и рекламы в туризме;</li> <li>• формировании предметного знания о планировании, разработке, распространении, реализации, определении эффективности рекламы и туристского продукта;</li> <li>• накоплении информационных данных для повышения профессиональной компетенции в сфере международного и отечественного туризма;</li> <li>• анализе конкретного рекламного материала (визуального, информационного, листового, картографического) по вопросам развития рекламы в туризме</li> </ul>
4	Коды формируемых компетенций	ПК-1, ПК-10
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 2 в академических часах – 72
6	Разработчики	Тищенко Е.В, зав. кафедрой истории, музеологии и документоведения, канд. пед. наук, доцент.

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Реклама в туризме»:

**Таблица 1**

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикатора	Элементы компетенций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1	Знать	основные понятия менеджмента и маркетинга	основные понятия менеджмента и маркетинга
	ПК-1.2	Знать	основные положения новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности	основные положения новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности
	ПК-1.3	Знать	методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в музейной деятельности	методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в музейной деятельности
	ПК-1.4	Знать	основы разработки и реализации музейных проектов и услуг	основы разработки и реализации музейных проектов и услуг
	ПК-1.5	Знать	основы руководства деятельностью структурных подразделений в музее	основы руководства деятельностью структурных подразделений в музее
	ПК-1.6	Знать	особенности формирования и реализации кадровой политики в музее	особенности формирования и реализации кадровой политики в музее
	ПК-1.7	Уметь	организовать деятельность структурных подразделений, осуществляющих различные виды работ и проектов в музее	организовать деятельность структурных подразделений, осуществляющих различные виды работ и проектов в музее
	ПК-1.8	Уметь	разрабатывать концепции и стратегии	разрабатывать концепции и стратегии

		развития музея, оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений	развития музея, оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений
ПК-1.9	Уметь	применять инновационные подходы в музейной деятельности	применять инновационные подходы в музейной деятельности
ПК-1.10	Уметь	планировать работу музея по основным направлениям деятельности	планировать работу музея по основным направлениям деятельности
ПК-1.11	Уметь	выявлять проблемы экономического характера в музейной деятельности	выявлять проблемы экономического характера в музейной деятельности
ПК- 1.12	Уметь	анализировать потребности музейных посетителей и обосновывать полученные выводы	анализировать потребности музейных посетителей и обосновывать полученные выводы
ПК- 1.13	Владеть	методологией управленческого, маркетингового и экономического исследования в сфере музейной деятельности	методологией управленческого, маркетингового и экономического исследования в сфере музейной деятельности
ПК- 1.14	Владеть	современными методиками расчета и анализа показателей музейных проектов и услуг	современными методиками расчета и анализа показателей музейных проектов и услуг
ПК- 1.15	Владеть	управленческими навыками организации музейной деятельности	управленческими навыками организации музейной деятельности
ПК- 1.16	Владеть	навыками контроля над деятельностью структурных подразделений и работников, осуществляющих различные виды работ в музее	навыками контроля над деятельностью структурных подразделений и работников, осуществляющих различные виды работ в музее

ПК-10. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-10.1	Знать	нормативные документы, определяющие деятельность организации в рамках музейного проектирования	нормативные документы, определяющие деятельность организации в рамках музейного проектирования
	ПК-10.2	Знать	требования к проектированию экскурсионного маршрута	требования к проектированию экскурсионного маршрута
	ПК-10.3	Знать	основные этапы проведения проектных работ при создании музеев	основные этапы проведения проектных работ при создании музеев
	ПК-10.4	Уметь	работать с нормативными документами, профессиональными базами данных, правовыми поисковыми системами и другими источниками информации	работать с нормативными документами, профессиональными базами данных, правовыми поисковыми системами и другими источниками информации
	ПК-10.5	Уметь	определять этапы проведения музейных проектных работ	определять этапы проведения музейных проектных работ
	ПК-10.6	Владеть	методами современного музейного проектирования	методами современного музейного проектирования

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ<sup>1</sup>

Дисциплина «Реклама в туризме» входит в вариативную часть учебного плана. Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Менеджмент и маркетинг в музейной работе», «Менеджмент и маркетинг в туризме», «Туристско-рекреационное проектирование», «Современные коммуникации в туризме», «Технологии продаж в туризме», «Современные коммуникации в туризме».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Экскурсоведение», «Основные направления музейной деятельности», «Охрана культурного и природного наследия в России и за рубежом», «Основы туристской деятельности», «Инновация в туризме», «Печатная продукция в музее» прохождении ознакомительной практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе в научно-исследовательской работе), технологической (проектно-технологическая) практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной, преддипломной практики; подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена

<sup>1</sup> По заочной форме обучения возможны корректировки, в соответствии с графиком учебного процесса и учебным планом.

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

**Таблица 2**

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	72	72
– Контактная работа (всего)	36,2	14
в том числе:		
лекции	20	4
семинары	16	2
иная контактная работа (ИКР) в рамках промежуточной аттестации	0,2	2
консультация в рамках промежуточной аттестации		
консультации (конс.)	5 % от лекционных час.	4
контроль самостоятельной работы (КСР)		2
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	35,8	56
– Промежуточная аттестация обучающегося – зачет: контроль		2

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ**

**4.1. Структура преподавания дисциплины**

**Таблица 3**

**Очная форма обучения**

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)					Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа				с/р	
		лек.	сем.	практ.	конс. ПА		
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Раздел 1. Специфика рекламы в туризме</b>							
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	17,8	5	4			8,8	
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	18	5	4			9	
<b>Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме</b>							
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	18	5	4			9	

Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	18	5	4			9	
Зачет	0,2						ИКР – 0,2 час.
<i>Итого в 6 сем.</i>	<b>72</b>	<b>20</b>	<b>16</b>			<b>35,8</b>	<b>0,2</b>
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>72</b>	<b>20</b>	<b>16</b>			<b>35,8</b>	<b>0,2</b>

### Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)					с/р	Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа						
		лек.	сем.	практ.	конс. ПА			
1	2	3	4	5	6	7	8	
<b>Раздел 1. Специфика рекламы в туризме</b>								
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	10	2					8	
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	8						8	
<i>Итого 5 сем.</i>	<b>18</b>	<b>2</b>					<b>16</b>	
<b>Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме</b>								
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	22	2					20	
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	22		2				20	
Зачет	10						КСР – 2 час., Конс. – 4 час., ИКР – 2 час. Контр. – 2 час.	
<i>Итого в 5 сем.</i>	<b>54</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				<b>40</b>	
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>72</b>	<b>4</b>	<b>2</b>				<b>56</b>	

Таблица 4

#### 4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	Коды компетенций	
	ПК-1	ПК-10
1	2	3
<b>Раздел 1. Специфика рекламы в туризме</b>		
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	+	

Тема 2. Классификация рекламы в туризме	+	
<b>Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме</b>		
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма		+
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма		+
Зачет 7 сем.	+	+

## 4.2. Содержание дисциплины

### Раздел 1. Специфика рекламы в туризме

*Тема 1. Рекламный процесс в туризме.* Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие. Реклама и общество. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, популяризация, воспитание, привитие хорошего вкуса и т.п.

Цели рекламы в туризме. Основная цель – формирование осведомленности о туристском предприятии. Современная реклама и ее задачи в области туризма по побуждению потенциального покупателя приобрести товар или услугу туристической фирмы. Общие требования к рекламе в туризме: правдивость, конкретность, адресность, плановость.

Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Понятийный аппарат. Функции рекламы и маркетинговых коммуникаций. Носители рекламы. Реклама как средство формирования спроса, стимулирования сбыта продукции. Реклама как стимулирующий фактор в системе создания, оценки, продвижения товаров. Коммерческие аспекты рекламы.

Реклама в структуре туризма. Реклама на макроуровне (реклама страны, отдельных регионов). Реклама на микроуровне (конкретные продукты и услуги).

Продвижение товара. Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта, связи с общественностью, личные продажи, реклама.

Проведение акции по стимулированию сбыта товара. Маркетинговые мероприятия (личная продажа). Методика ведения личной продажи: выявление индивидуальных особенностей покупателя; установление личных отношений (кратковременных, долговременных); отслеживание реакции покупателя (определенной, немедленной); подведение итога личной продажи (покупка продукта и услуги, отсутствие покупки); эффективности акции (охват аудитории, издержки личной продажи).

Методы продвижения туристского продукта. Особенности продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Реклама туристских дестинаций.

Особенности туристского продукта как товара: неосвязаемость услуги, неразрывность производства и потребления, непостоянство качества услуги, несохраняемость услуги. Реклама уникальности туристского продукта.

Реклама и потребитель. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателей, первичные и вторичные потребительские мотивы. Модель потребительского поведения при покупке туристского продукта и услуг, влияние рекламных стимулов. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма.

Правовое регулирование рекламы в туризме. Общая характеристика правового регулирования рекламы. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в туризме. Федеральный закон «О рекламе». Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

*Тема 2. Классификация рекламы в туризме.* По объекту рекламирования: товарная,

имидж-реклама, реклама дестинаций. По содержанию рекламного сообщения: рациональная, эмоциональная, моральная. По источнику рекламного сообщения: от производителей туристских услуг, туроператоров, туристских организаций. По адресату: для конечных пользователей, специалистов. По охвату территории: локальная, региональная, общенациональная, международная. По источнику финансирования: отдельной фирмы, корпоративная.

## **Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме**

*Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма.* Классификация рекламных средств: по целевой аудитории; по широте охвата аудитории; по каналам передачи информации; по функциям и целям. Реклама и средства массовой информации.

Реклама в прессе (рекламные объявления, публикации обзорно-рекламного характера). Печатная реклама (каталог, проспект, буклет, плакат, листовка). Аудиовизуальная реклама (рекламные кинофильмы, видеофильмы, слайд-фильмы). Радиореклама (радиообъявления, радиоролики, радиожурналы, радиорепортажи). Телереклама (телеролики, телеобъявления, рекламные телепередачи, телезаставки).

Рекламные сувениры (фирменные сувенирные изделия, серийные сувенирные изделия, подарочные изделия, фирменные упаковочные материалы). Прямая почтовая реклама (специально подготовленные рекламно-информационные письма, целевая рассылка печатных рекламных материалов). Наружная реклама (рекламные щиты, панно, афиши, транспаранты, световые вывески, электронные табло, экраны, фирменные вывески, реклама на транспорте). Компьютерная реклама (компьютеризированная информация, банки данных специализированных компьютерных систем, видеокаталоги, телекаталоги).

Основные элементы средств рекламы (текст, изображение, свет, цвет, шрифт), требования к ним.

Выбор, описание, разработка, внедрение, техника распространения средств рекламы в туризме. Разработка газетного объявления. Разработка рекламной листовки о продуктах и услугах туристического предприятия: методика подготовки текста и изображения, заказ, размещение. Разработка рекламного плаката о продуктах и услугах туристического предприятия: методика подготовки текста и изображения, заказ, размещение. Разработка почтовой рекламы. Анализ компьютерной рекламы. Анализ сувенирной рекламы.

*Товарные знаки предприятий туризма.* Реклама торговой марки (бренда). Этапы разработки: цель коммуникативного процесса; целевая аудитория; символическое представление торговой марки; устойчивое психологическое представление о торговой марке; ценность торговой марки; престижность торговой марки.

Товарный знак и фирменный стиль в туризме. Товарный знак и его функции в туризме. Основные типы товарных знаков. Законодательство о товарных знаках. Использование франчайзинга в туризме. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме. Имидж туристского предприятия.

*Выставочная деятельность предприятий туризма.* Выставки и ярмарки (международные ярмарки и выставки, национальные выставки, оптовые ярмарки, специализированные выставки рекламодателя, постоянно действующие экспозиции).

Выставочная деятельность в туризме. Специфика выставочной деятельности. Классификация туристских выставок. Основные этапы организации выставочной деятельности. Предвыставочная рекламная кампания. Планирование и оформление выставочной площади. Наиболее известные международные выставки и ярмарки в туризме. Российские туристские выставки.

*Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма.* Организация и планирование рекламной кампании. Составление бюджета. Разработка стратегии маркетинга. Разработка

стратегии рекламной деятельности. Организация работы отдела рекламы, менеджера по рекламе. Способы выделения средств. Организация проведения, структура, оценка эффективности рекламной кампании. Цель мероприятия. План мероприятия. Составление сметы. Выбор и изготовление средств рекламы. Работа с рекламными агентствами, дизайн-студиями. Подведение итогов, анализ. Исследование эффекта взаимопонимания. Исследование коммерческого эффекта.

Рекламная кампания в туризме. Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. Выразительные средства рекламы. Средства и приемы рекламного стиля, речи.

Оценка эффективности рекламных мероприятий в туризме. Эффективность рекламной деятельности в туризме. Использование методики определения эффективности рекламных мероприятий для оценки конкретных рекламных кампаний.

## **5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **5.1. Общие положения**

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на лекциях, практических и семинарских занятиях, при выполнении контрольных работ и др. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

– в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;

– без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа прежде всего включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к семинарским, практическим занятиям; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы обучающегося является:

– формирование приверженности к будущей профессии;

– систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности;

– формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);

– развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);

– формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;

– развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:

*знать:*

- систему форм и методов обучения в вузе;
- основы научной организации труда;
- методики самостоятельной работы;
- критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

*уметь:*

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой

дисциплины;

*иметь следующие навыки и опыт деятельности:*

- планирование самостоятельной работы;
- соотнесение планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
- проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

## 5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

### 5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов, темы	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
<b>Раздел 1. Специфика рекламы в туризме</b>		
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	Самостоятельная работа № 1. Тема «Реклама уникальности туристского продукта»	Проверка задания в форме обсуждения и защиты в малых группах
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	Самостоятельная работа № 1. Тема «Реклама уникальности туристского продукта»	Проверка задания в форме обсуждения и защиты в малых группах
<b>Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме</b>		
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	Самостоятельная работа № 2. Тема «Рекламные мероприятия в туризме»	Проверка задания в форме обсуждения и защиты в малых группах
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	Самостоятельная работа № 2. Тема «Рекламные мероприятия в туризме»	Проверка задания в форме обсуждения и защиты в малых группах

### 5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1. Тема «Реклама уникальности туристского продукта»

Цель работы: проанализировать специфику рекламы в туризме.

Задание и методика выполнения:

Вариант 1. Неосязаемость туристского продукта.

Вариант 2. Неразрывность производства и потребления.

Вариант 3. Непостоянство качества.

Вариант 4. Несохранимость.

Самостоятельная работа № 2. Тема «Рекламные мероприятия в туризме»

Цель работы: проанализировать специфику рекламы в туризме.

Задание и методика выполнения:

Вариант 1. Планирование рекламного мероприятия.

Вариант 2. Организация рекламного мероприятия.

Вариант 3. Эффективность рекламных мероприятий в туризме

Вариант 4. Оценка эффективности.

Вариант 5. Анализ методов продвижения продуктов и услуг в туризме.

Вариант 6. Отслеживание реакции покупателя.

Вариант 7. Установление личных отношений с клиентами.

### 5.2.3. Перечень учебной литературы, необходимой для самостоятельной работы

Жукова, Е. Д. Организация самостоятельной работы студентов [Текст] : учеб. пособие / Е. Д. Жукова. – Уфа, 2007. – 164 с.

См. также Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### 5.2.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для самостоятельной работы

[www.edu.ru](http://www.edu.ru) – Российское образование. Федеральный портал.

[www.gramota.ru](http://www.gramota.ru) – Справочно-информационный портал **Грамота.ру** – русский язык для всех.

[www.study.ru](http://www.study.ru) – Языковой сайт.

[www.twirpx.com/](http://www.twirpx.com/) – Все для студента.

См. также Раздел 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины.

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 6

#### Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Специфика рекламы в туризме</b>			
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной	ПК-1.1	– Семинар № 1. Тема «Основы рекламы в туризме» (2 час.)
		ПК-1.3	
		ПК-14	
		ПК-1.6	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	деятельности	ПК-1.8 ПК-1.9 ПК-1.12 ПК-1.14 ПК-1.15	– Самостоятельная работа № 1. Тема «Реклама уникальности туристского продукта»
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.2 ПК-1.4 ПК-1.8 ПК-1.6 ПК-1.8 ПК-1.12 ПК-1.14	– Практическая работа № 1. Тема «Описание видов рекламы в туризме»
<b>Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме</b>			
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.2	– Семинар № 2. Тема «Фирменный стиль в туризме» – Практическая работа № 2. Тема «Реклама в прессе. Разработка газетного объявления» (– Практическая работа № 3. Тема «Разработка рекламной листовки» – Практическая работа № 4. Тема «Разработка рекламного плаката» – Практическая работа № 5. Тема «Разработка почтовой рекламы» – Практическая работа № 6. Тема «Анализ компьютерной рекламы» – Практическая работа № 7. Тема «Анализ сувенирной рекламы» – Практическая работа № 8. Тема «Характеристика товарных знаков предприятий туризма» – Практическая работа № 9. Тема «Анализ выставочной деятельности предприятий туризма» – Самостоятельная работа № 2. Тема «Рекламные мероприятия в туризме»
		ПК-1.4	
		ПК-1.7	
		ПК-1.9	
		ПК-1.12	
	ПК-10. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-1.14	
		ПК-10.1	
		ПК-10.2	
		ПК-10.6	
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.2	
		ПК-1.4	
		ПК-1.8	
		ПК-1.9	
		ПК-1.14	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	ПК-10. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-10.1	– Практическая работа № 10. Тема «Анализ рекламной кампании на предприятиях туризма» (2 час.) – Самостоятельная работа № 2. Тема «Рекламные мероприятия в туризме»
		ПК-10.2	
		ПК-10.5	
		ПК-10.6	

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства	
1	2	3	4	
<b>Раздел 1. Специфика рекламы в туризме</b>				
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1	– Вопросы к зачету (6 семестр) № теоретических вопросов: 1-8 – № практических заданий: 1	
		ПК-1.3		
		ПК-1.4		
		ПК-1.6		
		ПК-1.8		
		ПК-1.9		
		ПК-1.12		
		ПК-1.14		
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.2	- Вопросы к зачету (6 семестр) № теоретических вопросов: 9 -№ практических заданий: 1	
		ПК-1.4		
		ПК-1.8		
		ПК-1.6		
		ПК-1.8		
		ПК-1.12		
		ПК-1.14		
<b>Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме</b>				
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.2	– Вопросы к зачету (6 семестр) № теоретических вопросов: 10-30 – № практических заданий: 2-4	
		ПК-1.4		
		ПК-1.7		
		ПК-1.9		
		ПК-1.12		
		ПК-1.14		
	ПК-10. Способен использовать нормативные доку-	ПК-10.1		ПК-10.1
				ПК-10.2
				ПК-10.1
				ПК-10.2

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	менты, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-10.6	
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.2	– Вопросы к зачету (6 семестр) № теоретических вопросов: 31-34 – № практических заданий: 2-4
		ПК-1.3	
		ПК-1.4	
		ПК-1.8	
	ПК-10. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-1.11	
		ПК-10.1	
		ПК-10.4	
		ПК-10.6	

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

Таблица 8

### 6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3
ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности	– понимает основные понятия менеджмента и маркетинга; основные положения новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности; – применяет инновационные подходы в музейной деятельности; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
ПК-10. Способен использо-	– понимает основные нормативные документы, определяющие деятельность организации в рамках музейного	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навы-

вать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	проектирования; требования к проектированию экскурсионного маршрута; – определяет этапы проведения музейных проектных работ; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.	ками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
--	--	---

Таблица 9

### Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Входное тестирование, самоанализ, устный опрос и др.
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Активная учебная лекция; семинары; практические; мелкогрупповые; индивидуальные занятия, самостоятельная работа: устный опрос по диагностическим вопросам; письменная работа; самостоятельное решение контрольных заданий и т. д.
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	<b>Зачет:</b> – ответы на теоретические вопросы; – выполнение практико-ориентированных заданий. <b>Защита курсовой работы:</b> – качество изложения материала; – наличие собственных обобщений и выводов, рекомендаций, понимания проблем и перспектив изучения темы; – корректное использование опубликованных источников и электронных ресурсов; – уровень оформления работы, соответствующий требованиям методических указаний.

### 6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

#### 6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
<b>Зачтено</b>	<p>Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и навыки, определенные программой.</p> <p>Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу.</p> <p>Обучающийся способен действовать в нестандартных практикоориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы.</p> <p>Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования общекультурных и профессиональных компетенций, соответствующих требованиям ФГОС.</p>
<b>Зачтено</b>	<p>Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине.</p> <p>Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов.</p> <p>Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практикоориентированных ситуациях.</p>
<b>Зачтено</b>	<p>Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине.</p> <p>Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов.</p> <p>Обучающийся способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практикоориентированных задач.</p>
<b>Не зачтено</b>	<p>Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине.</p> <p>Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине.</p> <p>Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.</p>

#### 6.2.2.2. Описание шкалы оценивания при использовании балльно-рейтинговой системы

Балльно-рейтинговая система оценивания по дисциплине не используется

## 6.2.2.3. Описание шкалы оценивания различных видов учебной работы

Таблица 11

## 6.2.2.3. Описание шкалы оценивания

*Устное выступление (семинар)*

Дескрипторы	Образцовый, примерный; достойный подражания ответ (отлично)	Законченный, полный ответ (хорошо)	Изложенный, раскрытый ответ (удовлетворительно)	Минимальный ответ (неудовлетворительно)	Оценка
Раскрытие проблемы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	
Представление	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Используются все необходимые профессиональные термины.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано большинство необходимых профессиональных терминов.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Профессиональная терминология использована мало.	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	
Оформление	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3–4 ошибки в представляемой информации.	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	
Ответы на вопросы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Только ответы на элементарные вопросы.	Нет ответов на вопросы.	
Умение держаться на аудитории, коммуникативные навыки	Свободно держится на аудитории, способен к импровизации, учитывает обратную связь с аудиторией.	Свободно держится на аудитории, поддерживает обратную связь с аудиторией.	Скован, обратная связь с аудиторией затруднена.	Скован, обратная связь с аудиторией отсутствует, не соблюдает нормы речи в простом высказывании.	
<b>Итог</b>					

**Письменная работа (реферат и т. д.)**

Критерии оценки	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Обоснование актуальности темы				
Качество оценки степени разработанности темы в специальной литературе				
Степень реализации поставленной цели и задач				
Объем и глубина раскрытия темы				
Наличие материала, ориентированного на практическое использование				
Достоверность и обоснованность полученных результатов и выводов				
Степень оригинальности текста				
Эрудиция, использование междисциплинарных связей				
Соблюдение требований к структуре работы				
Качество оформления работы с учетом требований				
Информационная культура (цитирование, оформление списка использованной литературы)				
<b>Общая оценка</b>				

**Практическое задание (задачи)**

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
<b>Отлично</b>	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
<b>Хорошо</b>	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

**6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену

Таблица 12

**Материалы, необходимые для оценки знаний  
(примерные теоретические вопросы)  
к зачету**

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1	Рекламный процесс, его схема, участники.	ПК-1
2	Цели и общие требования к рекламе в туризме.	ПК-1
3	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	ПК-1

4	Методы продвижения туристского продукта.	ПК-1
5	Реклама туристских дестинаций.	ПК-1
6	Маркетинговые мероприятия.	ПК-1
7	Модель потребительского поведения при покупке туристского продукта и услуг, влияние рекламных стимулов.	ПК-1
8	Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма.	ПК-1
9	Классификация видов рекламы в туризме.	ПК-1
10	Средства распространения рекламы в туризме и их особенности.	ПК-1, ПК-10
11	Техника распространения рекламных материалов.	ПК-1, ПК-10
12	Реклама в прессе.	ПК-1, ПК-10
13	Печатная реклама.	ПК-1, ПК-10
14	Аудиовизуальная реклама.	ПК-1, ПК-10
15	Радиореклама.	ПК-1, ПК-10
16	Телереклама.	ПК-1, ПК-10
17	Выставки и ярмарки.	ПК-1, ПК-10
18	Рекламные сувениры.	ПК-1, ПК-10
19	Прямая почтовая реклама.	ПК-1, ПК-10
20	Наружная реклама.	ПК-1, ПК-10
21	Компьютерная реклама.	ПК-1, ПК-10
22	Товарный знак и его функции в туризме.	ПК-1, ПК-10
23	Законодательство о товарных знаках.	ПК-1, ПК-10
24	Использование франчайзинга в туризме.	ПК-1, ПК-10
25	Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме.	ПК-1, ПК-10
26	Имидж туристского предприятия.	ПК-1, ПК-10
27	Рекламное обращение в туризме: структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление.	ПК-1, ПК-10
28	Средства и приемы рекламного стиля, речи.	ПК-1, ПК-10
29	Требования к рекламным текстам, основные композиционные элементы рекламного текста.	ПК-1, ПК-10
30	Шрифтовое и художественное оформление рекламы в туризме.	ПК-1, ПК-10
31	Организация рекламной кампании.	ПК-1
32	Основные этапы организации выставочной деятельности.	ПК-1
33	Крупнейшие международные туристские выставки.	ПК-1
34	Эффективность рекламной деятельности в туризме.	ПК-1

**Таблица 13**

**Материалы, необходимые для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности (примерные практикоориентированные задания)**

<b>№ п/п</b>	<b>Темы примерных практикоориентированных заданий</b>	<b>Код компетенций</b>
1	Тема 1. «Сравнительный анализ классификаций видов рекламы»	ПК-1
2	Тема 2. Сравнительный анализ готовых рекламных материалов в туризме»	ПК-1, ПК-10
3	Тема 3. «Анализ рекламного текста в туризме»	ПК-1, ПК-10

4	Тема 4. «Анализ шрифтового и художественного оформления рекламы в туризме»	ПК-1, ПК-10
---	--	----------------

### 6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине

#### Темы рефератов (эссе, творческих заданий)

1. Реклама туристских дестинаций.
2. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма.
3. Техника распространения рекламных материалов.
4. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме.
5. Имидж туристского предприятия.
6. Методика работы над рекламным сообщением.
7. Выбор эффективных методов рекламных мероприятий в туризме.
8. Шрифтовое и художественное оформление печатной рекламы в туризме.
9. Особенности визуальной телерекламы.
10. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.
11. Работа рекламного агентства (агента).
12. Оценка эффективности рекламной деятельности в туризме.
13. Рекламная практика в России, её особенности и тенденции развития в туризме.

### 6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

### 6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

#### 6.3.4.1. Планы семинарских занятий

##### *Семинар № 1. Тема «Основы рекламы в туризме»*

#### Вопросы для обсуждения:

1. Цели рекламы в туризме.
2. Задачи рекламы в туризме.
3. Рекламный процесс: схема, участники.

#### Рекомендуемая литература: (см. пп. 7.1, 7.2)

##### *Семинар № 2. Тема «Фирменный стиль в туризме»*

#### Вопросы для обсуждения:

1. Понятие фирменного стиля.
2. Особенности фирменного стиля в туризме.
3. Имидж туристского предприятия.

#### Рекомендуемая литература: (см. пп. 7.1, 7.2)

##### *Семинар № 3. Тема «Эффективность рекламных мероприятий в туризме»*

#### Вопросы для обсуждения:

1. Организация и планирование рекламной кампании.
2. Оценка эффективности рекламной кампании.

Рекомендуемая литература:  
(см. пп. 7.1, 7.2)

#### 6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практические занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены

#### 6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

**Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.**

#### 6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ

**Контрольная работа в учебном процессе не используется.**

#### 6.3.4.5. Тестовые задания (примеры из разных вариантов)

Тестовые задания в учебном процессе не используются.

#### 6.3.4.6. Контрольная работа для обучающихся по заочной форме обучения и методические рекомендации по ее выполнению

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

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

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии локальными актами вуза

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

– перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);

– описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);

– типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации (зачет). Обучающийся должен:

– принимать участие в семинарских занятиях;

– своевременно и качественно выполнять практические работы;

– своевременно выполнять самостоятельные задания.

4. Во время промежуточной аттестации используются:

- бланки билетов (установленного образца);
- список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на зачет;
- справочные, методические и иные материалы.

5. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптируются за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы<sup>2</sup>**

1.

1. Сулейманова, Г.В. Реклама в туризме : учеб.-метод. пособие / Казан. нац. исслед. технол. ун-т, Г.В. Сулейманова .— Казань : КНИТУ, 2013 .— 151 с.— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/303067/info>

2. Хайретдинова, Н. Э. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / Уфимск. гос. акад. экон. и сервиса, Н. Э. Хайретдинова .— 2-е изд. — Уфа : УГАЭС, 2012 .— 172 с. : ил. — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/228641/info>

3. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. для студ. вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Академия, 2007. - 288 с.

**4.АРТЕМОВА, Е.Н. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ, ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ И ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ : УЧЕБ.-МЕТОД. ПОСОБИЕ ДЛЯ ВУЗО [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС] / В.А. КОЗЛОВА, Е.Н. АРТЕМОВА .— ОРЕЛ : ОРЕЛГТУ, 2010 .— 136 с. — 134 с. — РЕЖИМ ДОСТУПА: [HTTPS://LIB.RUCONT.RU/efd/146369](https://lib.rucont.ru/efd/146369)**

### **7.2. Информационные ресурсы**

#### **7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

<http://www.intuit.ru/> – Национальный открытый университет

***Сайты наиболее популярных музеев России***

Художественные музеи

<http://museum.pereslavl.ru/> – Переславль-Залесский музей-заповедник

<http://www.cathedral.ru/> – Исаакиевский Собор, Спас на крови, Смольный Собор, Сампсониевский Собор

<http://www.chelmusart.ru/> - Челябинский областной музей искусств

<http://www.chelmuseum.ru/> - Челябинский областной краеведческий музей

<http://www.ethnomuseum.ru/> - Российский этнографический музей

---

<sup>2</sup> Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

<http://www.hermitage.ru/> – Государственный Эрмитаж  
<http://www.museum.ru/gmii> – Государственный музей изобразительных искусств имени А.С. Пушкина  
<http://www.rusmuseum.ru/> – Государственный Русский Музей (Санкт-Петербург)  
<http://www.shm.ru/> – Государственный исторический музей  
<http://www.spbmuseum.ru> – Государственный музей истории Санкт-Петербурга; филиалы: Крепость Орешек, Особняк Румянцева, Монумент героическим защитникам Ленинграда, Музей-квартира А.А. Блока, Музей С.М. Кирова, Дом М.В. Матюшина, Музей печати.  
<http://www.tretyakov.ru/> – Третьяковская галерея  
<http://www.xxc.ru/> – Храм Христа Спасителя  
[www.borodino.ru/](http://www.borodino.ru/) – Бородинский военно-исторический музей-заповедник «БОРОДИНСКОЕ ПОЛЕ»  
[www.kreml.ru/](http://www.kreml.ru/) – Музей-заповедник «Московский Кремль»  
[www.kunstkamera.ru/](http://www.kunstkamera.ru/) – Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого. Кунсткамера  
[www.md.spb.ru/](http://www.md.spb.ru/) – Литературно-мемориальный музей Ф.М. Достоевского  
[www.mmsi.ru/](http://www.mmsi.ru/) – Московский Музей Современного Искусства  
[www.museum.ru/Kolomen/](http://www.museum.ru/Kolomen/) – Музей-заповедник «Коломенское»  
[www.museum.vladimir.ru/](http://www.museum.vladimir.ru/) – Владимиро-Суздальский Музей  
[www.pavlovskart.spb.ru/](http://www.pavlovskart.spb.ru/) – Павловск  
[WWW.PUSHKIN.RU](http://WWW.PUSHKIN.RU) – ВСЕРОССИЙСКИЙ МУЗЕЙ А.С. ПУШКИНА

Web of Science – Режим доступа: <https://webofscience.com>. <http://www.russiatourism.ru/> /  
Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации  
<http://www.travel.ru/> – сервер туризма и путешествий.  
<http://www.sci.aha.ru/> Россия в цифрах.

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Комплексное изучение обучающимися учебной дисциплины «Реклама в туризме» предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения семинарских (практических, индивидуальных) занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности).

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы, обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. При обсуждении на семинарах сложных и дискуссионных вопросов и проблем используются методики интерактивных форм обучения («Сократический диалог», «Дискуссия в стиле телевизионного ток-шоу», дебаты и т. д.), что позволяет погружать обучающихся в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки умений и владений.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям обучающиеся в обязательном

порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Вокруг света», «ГЕО» и др.

Основной целью практических занятий является отработка профессиональных умений и навыков. В зависимости от содержания практического занятия могут быть использованы методики интерактивных форм обучения. Основное отличие активных и интерактивных упражнений и заданий в том, что они направлены не только и не столько на закрепление уже изученного материала, сколько на изучение нового.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

**Таблица 14**

**Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля**

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Брейнрайтинг	Мозговой штурм в письменной форме, в ходе которого участники выражают свои предложения не в слух, а индивидуально в письменной форме, что позволяет на базе выдвинутой идеи формулировать новые.	Текущий (в рамках практического занятия или семинара)
Доклад	Средство оценки навыков публичного выступления по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Текущий (в рамках самостоятельной работы и семинара)
Зачет	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Конспекты	Вид письменной работы для закрепления и проверки знаний, основанный на умении «свертывать информацию», выделять главное.	Текущий (в рамках лекционных занятия или сам. работы)
Дискуссия	Оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Текущий (в рамках семинара)
Практическая работа	Оценочное средство для закрепления теоретических знаний и отработки владения навыками и умений, способности применять знания при решении конкретных задач.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)
Проект	Комплекс учебных и исследовательских заданий, позволяющих оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Текущий (в рамках семинара, практического занятия или сам. работы), промежуточный (часть аттестации)
Семинар	Один из основных методов обсуждения учебного материала и инструмент оценки степени его усвоения. Семинары проводятся по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы с целью углубленного изучения дисциплины, привития обучающимся навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования и развития научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение.	Текущий

## 9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского и практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

## ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу дисциплины «Реклама в туризме» по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024		
2025/26	Протокол № <u>ДД.ММ.ГГГГ</u>		
2026/27	Протокол № <u>ДД.ММ.ГГГГ</u>		
2027/28	Протокол № <u>ДД.ММ.ГГГГ</u>		

Учебное издание

Автор-составитель  
Елена Владимировна **Тищенко**

**РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ**

**Рабочая программа дисциплины**

**программа бакалавриата  
«Историко-культурный туризм»  
по направлению подготовки  
51.03.04 Музеология и  
охрана объектов культурного и природного наследия  
квалификация: бакалавр**

Печатается в авторской редакции

*Подписано к печати  
Формат 60x84/16  
Заказ*

*Объем 1,5 п. л.  
Тираж 100 экз.*

Челябинский государственный институт культуры  
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а

---

Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф