

Министерство образования, науки и молодежи Республики Крым
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение Республики Крым
«РОМАНОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА»

УТВЕРЖДЕНО

Заместитель директора по УПР
ГБПОУ РК «РКИГ»

_____ Е.Ш. Булаш

Приказ № __ от _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОП.11. Создание эффективных коммуникаций и PR
в гостиничном бизнесе**

Специальность 43.02.14 «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»



г. Симферополь, 2022

Рабочая программа учебной дисциплины «Создание эффективных коммуникаций и PR в гостиничном бизнесе» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело», входящей в укрупненную группу направлений специальностей 43.00.00 Сервис и туризм.

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Республики Крым «Романовский колледж индустрии гостеприимства».

Разработчик: преподаватель ГБПОУ РК «РКИГ» Пашко В.А.

Рабочая программа учебной дисциплины «Создание эффективных коммуникаций и PR в гостиничном бизнесе» рассмотрена на заседании цикловой методической комиссии (ЦМК) общепрофессиональных дисциплин («ОП»)

Протокол № __ от «__» _____ 2022 г.

Председатель ЦМК «ОП»

_____ Елина В.Н.

Рабочая программа учебной дисциплины «Создание эффективных коммуникаций и PR в гостиничном бизнесе» рекомендована методическим советом ГБПОУ РК «РКИГ» при реализации основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело».

Протокол № __ от «__» _____ 2022 г.

Старший методист

_____ Донченко Я.А.

© Пашко В.А. – автор-составитель

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И PR В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»	4
1.1. Область применения программы	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы	4
1.3. Цели и планируемые результаты освоения учебной дисциплины	
1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины	11
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И PR В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»	12
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	12
2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины	13
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И PR В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»	16
3.1. Материально-техническое обеспечение	16
3.2. Информационное обеспечение реализации программы	16
3.2.1. Печатные издания	17
3.2.2. Электронные издания и ресурсы	17
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И PR В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»	18

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И PR В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Создание эффективных коммуникаций и PR в гостиничном бизнесе» является вариативной частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело», входящих в укрупненную группу направлений специальностей 43.00.00 Сервис и туризм.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы - программы подготовки специалистов среднего звена

В соответствии с учебным планом учебная дисциплина «Создание эффективных коммуникаций и PR в гостиничном бизнесе» относится к циклу «Общепрофессиональная подготовка».

1.3. Цель и планируемые результаты освоения учебной дисциплины

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01.	<ul style="list-style-type: none">Гостиничная услуга как объект рекламы.Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта.Аватар клиентаПостроение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса.Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний.Внешние коммуникации гостиничного предприятия.Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства.	<ul style="list-style-type: none">Использовать опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг.Участвовать в формировании и соблюдении правил корпоративной этики.Готовить материалы для рекламы гостиничных услуг на выставках и ярмаркахОрганизовывать работу с глобальными системами резервирования.Создавать группы в социальной сетиСоздавать цепочки продающих писем.Работать с негативными событиямиИспользовать селебрити и сарафанного радио как способы формирования положительного имиджа предприятия.Создавать видеопрезентации, видеороликиГотовить рекламные статьи для публикации в газетах и журналах

	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт гостиницы: назначение, построение • Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг. • E-mail-маркетинг • Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. • Реклама гостиницы средствами сети Интернет • Работа с негативными событиями. • Видеоролики как средство рекламы. 	
ОК 02.	<ul style="list-style-type: none"> • Гостиничная услуга как объект рекламы. • Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта. • Аватар клиента • Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. • Виды рекламных стратегий. • Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. • Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. • Особенности формирования фирменного стиля. • Виды рекламы гостиничных услуг. • Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства. 	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг. • Анализировать перспективные области применения гостиничного бизнеса • Вносить предложение в проект гостиницы с учетом стратегии развития. • Анализировать стратегические решений по созданию гостиницы • Участвовать в формировании и соблюдении правил корпоративной этики. • Использовать фирменного стиль. • Готовить материалы для рекламы гостиничных услуг на выставках и ярмарках. • Организовывать работу с глобальными системами резервирования. • Создавать группы в социальной сети • Создавать цепочки продающих писем. • Работать с негативными событиями • Использовать селебрити и сарафанного радио как способы формирования положительного имиджа предприятия. • Создавать видеопрезентации, видеоролики • Готовить рекламные статьи для публикации в газетах и журналах

	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт гостиницы: назначение, построение • Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг. • E-mail-маркетинг • Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. • Служба поддержки онлайн • Онлайн-офис. CRM-система. • Реклама гостиницы средствами сети Интернет • Работа с негативными событиями. • Каталоги 	
ОК 03.	<ul style="list-style-type: none"> • Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. • Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. • Особенности формирования фирменного стиля. • Внешние коммуникации гостиничного предприятия. 	<ul style="list-style-type: none"> • Анализировать перспективные области применения гостиничного бизнеса • Анализировать стратегические решений по созданию гостиницы • Участвовать в формировании и соблюдении правил корпоративной этики. • Использовать фирменного стиль. • Создавать группы в социальной сети • Создавать видеопрезентации, видеоролики
ОК 04.	<ul style="list-style-type: none"> • Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. • Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. • Особенности формирования 	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг. • Вносить предложение в проект гостиницы с учетом стратегии развития. • Участвовать в формировании и соблюдении правил корпоративной этики. • Создавать группы в социальной сети • Работать с негативными событиями • Использовать селебрити и сарафанного радио как способы

	<p>фирменного стиля.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Внешние коммуникации гостиничного предприятия. • Служба поддержки онлайн • Онлайн-офис. CRM-система. • Реклама гостиницы средствами сети Интернет • Работа с негативными событиями. • Видеоролики как средство рекламы. • Реклама в сми • Участие в передачах. Каталоги 	<p>формирования положительного имиджа предприятия.</p>
ОК 05.	<ul style="list-style-type: none"> • Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. • Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта. • Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. • Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. • Виды рекламы гостиничных услуг. • Внешние коммуникации гостиничного предприятия. • Служба поддержки онлайн • Онлайн-офис. CRM-система. • Реклама гостиницы средствами сети Интернет • Работа с негативными событиями. 	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг. • Участвовать в формировании и соблюдении правил корпоративной этики. • Готовить материалы для рекламы гостиничных услуг на выставках и ярмарках:. • Создавать группы в социальной сети • Создавать цепочки продающих писем. • Работать с негативными событиями • Использовать селебрити и сарафанного радио как способы формирования положительного имиджа предприятия. • Готовить рекламные статьи для публикации в газетах и журналах

	<ul style="list-style-type: none"> • Видеоролики как средство рекламы. • Реклама в сми • Участие в передачах. Каталоги 	
ОК 09.	<ul style="list-style-type: none"> • Внешние коммуникации гостиничного предприятия. • Сайт гостиницы: назначение, построение • Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг. • Е-mail-маркетинг • Служба поддержки онлайн • Онлайн-офис. CRM-система. • Реклама гостиницы средствами сети Интернет • Видеоролики как средство рекламы. 	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать фирменного стиль. • Готовить материалы для рекламы гостиничных услуг на выставках и ярмарках. • Организовывать работу с глобальными системами резервирования. • Создавать группы в социальной сети • Создавать видеопрезентации, видеоролики
ПК 4.1	<ul style="list-style-type: none"> • Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта. • Аватар клиента • Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. • Виды рекламных стратегий. • Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. • Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. • Особенности формирования фирменного стиля. • Виды рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг. • Анализировать перспективные области применения гостиничного бизнеса • Вносить предложение в проект гостиницы с учетом стратегии развития. • Анализировать стратегические решений по созданию гостиницы • Участвовать в формировании и соблюдении правил корпоративной этики. • Использовать фирменного стиль. • Готовить материалы для рекламы гостиничных услуг на выставках и ярмарках. • Организовывать работу с глобальными системами резервирования. • Создавать группы в социальной сети • Создавать цепочки продающих писем. • Работать с негативными событиями • Использовать селебрити и сарафанного радио как способы формирования положительного

	<p>гостиничных услуг.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства. • Сайт гостиницы: назначение, построение • Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг. • E-mail-маркетинг • Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. • Служба поддержки онлайн • Онлайн-офис. CRM-система. 	<p>имиджа предприятия.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Создавать видеопрезентации, видеоролики • Готовить рекламные статьи для публикации в газетах и журналах
ПК 4.2	<ul style="list-style-type: none"> • Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. • Гостиничная услуга как объект рекламы. • Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта. • Аватар клиента • Виды рекламных стратегий. • Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. • Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. • Особенности формирования фирменного стиля. • Виды рекламы гостиничных услуг. • Внешние коммуникации 	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг. • Анализировать перспективные области применения гостиничного бизнеса • Вносить предложение в проект гостиницы с учетом стратегии развития. • Анализировать стратегические решений по созданию гостиницы • Участвовать в формировании и соблюдении правил корпоративной этики. • Использовать фирменного стиль. • Готовить материалы для рекламы гостиничных услуг на выставках и ярмарках:. • Организовывать работу с глобальными системами резервирования. • Создавать группы в социальной сети • Создавать цепочки продающих писем. • Работать с негативными событиями • Использовать селебрити и сарафанного радио как способы формирования положительного имиджа предприятия. • Создавать видеопрезентации, видеоролики • Готовить рекламные статьи для публикации в газетах и журналах

	<p>гостиничного предприятия.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства. • Сайт гостиницы: назначение, построение • Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг. • E-mail-маркетинг • Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. • Служба поддержки онлайн • Онлайн-офис. CRM-система. • Реклама гостиницы средствами сети Интернет • Работа с негативными событиями. • Видеоролики как средство рекламы. • Реклама в сми • Участие в передачах. Каталоги • Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии 	
ПК 4.3.	<ul style="list-style-type: none"> • Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. • Особенности формирования фирменного стиля. • Служба поддержки онлайн • Онлайн-офис. CRM-система. • Работа с негативными событиями. • Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном 	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг. • Анализировать перспективные области применения гостиничного бизнеса • Анализировать стратегические решений по созданию гостиницы • Участвовать в формировании и соблюдении правил корпоративной этики. • Использовать фирменного стиль. • Работать с негативными событиями

	предприятия	
--	-------------	--

- ЛР 3 – Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.
- ЛР 4 – Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».
- ЛР 7 – Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
- ЛР 8 – Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.
- ЛР 10 – Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.
- ЛР 11 – Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.
- ЛР 13 – Способный в цифровой среде использовать различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей; стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»
- ЛР 14 – Способный ставить перед собой цели под возникающие жизненные задачи, подбирать способы решения и средства развития, в том числе с использованием цифровых средств; содействующий поддержанию престижа своей профессии и образовательной организации

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение учебной дисциплины:

Общий объем программы дисциплины 54 часа, в том числе:

- работа во взаимодействии педагога и обучающегося 52 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 2 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

«Создание эффективных коммуникаций и PR в гостиничном бизнесе»

Вид учебной работы	Объем часов
Объем учебной дисциплины	54
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	2
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем)	52
в том числе:	
теоретическое обучение	34
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-
практические занятия (если предусмотрено)	18
курсовая работа(проект) (если предусмотрено)	-
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Создание эффективных коммуникаций и PR в гостиничном бизнесе

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	Домашнее задание	Уровень освоения
1	2		3		4
Тема 1.1. Гостиничная услуга как объект рекламы.	Содержание учебного материала		6		1
	1	Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Гостиничная услуга как объект рекламы. Виды гостиничных услуг. Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта.	1	О.2, стр 5-14 О.2, стр 15-22 Д. 1, стр 46-58	
			1		
	2	Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. Виды рекламных стратегий.	1	О.2 стр 34-48 О.2 стр 48-52	1
			1		
	3	Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. Анализ перспективных областей развития гостиничного бизнеса. Проект гостиницы с учетом стратегии развития	1	Работа с конспектом	1
			1		
	Практические занятия		4		
	1	Опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг. Анализ перспективных областей развития гостиничного бизнеса	1	Работа с конспектом	2
			1		
	2	Проект гостиницы с учетом стратегии развития. Анализ стратегических решений по созданию гостиницы	1	Работа с конспектом	2
			1		
Тема 1.2. Имидж, средство рекламы.	Содержание учебного материала		6		
	1	Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников.	1	О.2 стр 64-76	1
			1		
	2	Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства.	1	Подготовка к материалов практическому занятию	1
			1		
	3	Дизайн, фирменный стиль гостиничного предприятия и их роль в рекламе гостиничных услуг.	1	О.1, стр 44-68	1
			1		
	Практические занятия		2		
	1	Формирование правил корпоративной этики. Формирования фирменного стиля гостеприимства.	1	Работа с конспектом	2
			1		
Тема 1.3.	Содержание учебного материала		4		

Public Relations в сфере гостиничного бизнеса.	1	Виды рекламы гостиничных услуг. Эффективность различных видов рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса.	1	О.2, стр. 80-96	1
			1		
	2	Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства.	1	Подготовка к материалов практическому занятию	1
			1		
	Практические занятия		2		
	1	Средства рекламной деятельности гостиничного бизнеса. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда.	1	Работа с конспектом	2
1					
Тема 1.4 Продвижение гостиничного предприятия в сети интернет.	Содержание учебного материала		10		
	1	Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии. Сайт гостиницы: назначение, построение	1	Работа с конспектом	1
			1		
	2	Дизайн сайта. Анализ сайтов гостиницы	1	Подготовка к материалов практическому занятию	1
			1		
	3	Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг. Е-mail-маркетинг	1	Подготовка к материалов практическому занятию	1
			1		
	4	Онлайн-офис. CRM-система. Работа с негативными событиями.	1	О.3, стр. 54-86	1
			1		
	5	Реклама гостиницы средствами сети Интернет. Видеоролики как средство рекламы. Анализ видеороликов	1	Подготовка минидоклада	1
			1		
	Практические занятия		6		
	1	Организация работы с глобальными системами резервирования.	1	Подготовка минидоклада	2
			1		
	2	Создание группы в социальной сети. Работа с негативными событиями.	1	Подготовка к материалов практическому занятию	2
			1		
	3	Видеопрезентации. Создание видеороликов.	1	Работа с конспектом	2
			1		
Тема 1.5. СМИ	Содержание учебного материала		2		
	1	Реклама в сми.	1	О.2, стр 97-102	1

		Участие в передачах. Каталоги	1	Работа с конспектом	
		Практические занятия	2		
	1	Статьи в газетах и журналах	1	Работа с конспектом	2
			1		
Тема 1.6. Программы лояльности		Содержание учебного материала	4		
	1	Программы лояльности в системе продаж. Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса.	1	Работа с конспектом	1
			1		
			1		
Тема 1.7. PR акции в практике гостиничного и ресторанного дела		Содержание учебного материала	6		1
	1	PR акции в практике гостиничного и ресторанного дела. Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии	1	Работа с конспектом	1
			1		
	2	Дифференцированный зачет (Промежуточная аттестация)	1		1
			1		
		Практические занятия	2		
	1	PR акции в практике гостиничного и ресторанного дела.	1	Подготовка к диф. зачету	2
			1		
		Самостоятельная работа обучающихся Подготовка материалов к практическим работам: анализ материалов гостиниц, подготовка рисунков, видео, рекламных буклетов	2		3
		Всего:	54		

Внутри каждого раздела указываются соответствующие темы. По каждой теме описывается содержание учебного материала (в дидактических единицах), наименования необходимых лабораторных работ и практических занятий (отдельно по каждому виду), контрольных работ, а также тематика самостоятельной работы. Если предусмотрены курсовые работы (проекты) по дисциплине, описывается их тематика. Объем часов определяется по каждой позиции столбца 3 (отмечено звездочкой *). Уровень освоения проставляется напротив дидактических единиц в столбце 4 (отмечено двумя звездочками **).

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И PR В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия лаборатории информатики и ИКТ, информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебного кабинета: карточки-задания персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением.

Технические средства обучения: телевизор или переносной мультимедийный проектор с подключенным ПК или ноутбуком преподавателя.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением: ОС, текстовый процессор, электронная таблица, программа создания презентаций, профессионально ориентированное ПО, антивирусная программа, графический редактор, подключение к глобальной сети Internet.

3.2. Информационное обеспечение обучения **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов,** **дополнительной литературы**

3.2.1. Основные источники:

- **В.А. Веткин.** Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие / Е.В. Винтайкина, В.А. Веткин. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М. – 2018, 240 с. – Текст: непосредственный.
- **Бухтерева О.С.** Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / О.С. Бухтерева. – М.: Инфра-М, 2019. 128 с. – Текст: непосредственный.
- **Абабков Ю.Н.** Маркетинг в туризме / И.Г. Филиппова, М. Абабкова. – М. : Инфра-М , 2019. – 214 с. – Текст: непосредственный.
- **Шарухин А.П.** Технологии и организация экскурсионных услуг : Учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования / А.С. Скобельцына, А.П. Шарухин. – М. : Академия, 2018. – 176 с. – Текст: непосредственный.

- **Тимохина Т.Л.** Организация приема и обслуживания туристов : учеб. пособие. –3-е изд., перераб. и доп. – М. : ФОРУМ, 2018. – 352 с. – (Высшее образование). – Текст: непосредственный.
- **Тимохина Т.Л.** Гостиничный сервис : учебник для СПО /– М. : Издательство Юрайт, 2019. – 356 с. - Текст: непосредственный.

Дополнительные источники:

- **Виноградова М.В.** Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : Практикум / З.И. Панина, М.В. Виноградова. – М. : Дашков и К, 2014. – 448 с. – Текст: непосредственный.
- 1. **Резник Г.А.** Сервисная деятельность : Учебник / А.И. Маскаева, Пономаренко Ю.С. - М.: Инфра М, 2015. - 202 с.

Нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. / Российская газета. – 1993. – 25 декабря. Официальный текст Конституции РФ с внесенными в нее поправками от 30.12.2008. / Российская газета. – 2009. – 21 января.
2. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 30.07.2010 № 132-ФЗ / Российская газета. – 2010. – 9 февраля.
3. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. N 1853 "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями)

3.2.2. Электронные издания и ресурсы

1. <http://www.travelmole.com>
2. www.hotelnews.ru
3. <http://www.stonef.ru/history.htm>
4. <http://all-hotels.ru>
5. <http://www.amadeus.ru/>
6. <http://www.gaomoskva.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения опросов (фронтальных, письменных) на лекционных занятиях, практических занятий, тестирования и выполнения зачетного задания.

Результаты обучения (перечень знаний, умений осваиваемых в рамках дисциплины)	Критерии оценки	Методы оценки
Использовать опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта.	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
Анализировать перспективные области применения гостиничного бизнеса	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Анализ перспективных областей применения гостиничного бизнеса»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
Вносить предложение в проект гостиницы с учетом стратегии развития Гостиничная услуга как объект рекламы. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. Виды рекламных стратегий. Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Проект гостиницы с учетом стратегии развития»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете

	задания	
<p>Анализировать стратегические решения по созданию гостиницы</p> <p>Гостиничная услуга как объект рекламы.</p> <p>Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса.</p> <p>Виды рекламных стратегий.</p> <p>Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Анализ стратегических решений по созданию гостиницы»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Участвовать в формировании и соблюдении правил корпоративной этики</p> <p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса.</p> <p>Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников.</p> <p>Особенности формирования фирменного стиля.</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Формирование правил корпоративной этики»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Использовать фирменный стиль</p> <p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса.</p> <p>Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников.</p> <p>Особенности формирования фирменного стиля.</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Формирования фирменного стиля гостеприимства»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса.</p> <p>Гостиничная услуга как объект рекламы.</p> <p>Аватар клиента</p> <p>Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование,</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Средства рекламной деятельности гостиничного

<p>подготовка и организация рекламных кампаний Виды рекламы гостиничных услуг. Сайт гостиницы: назначение, построение Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг. Е-mail-маркетинг Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. Служба поддержки онлайн Онлайн-офис. CRM-система. Реклама гостиницы средствами сети Интернет Программы лояльности в системе продаж. Работа с постоянными гостями Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии</p>		бизнеса»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Готовить материалы для рекламы гостиничных услуг на выставках и ярмарках Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Гостиничная услуга как объект рекламы. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля. Виды рекламы гостиничных услуг. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства. Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Организовывать работу с глобальными системами резервирования Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Гостиничная услуга как объект рекламы. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Реклама гостиницы средствами сети Интернет</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Организация работы с глобальными системами резервирования»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность	Ответ на зачете

	выполнения зачетного задания	
<p>Создавать группы в социальной сети</p> <p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса.</p> <p>Гостиничная услуга как объект рекламы.</p> <p>Сегментация рынка гостиничных услуг.</p> <p>Позиционирование гостиничного продукта.</p> <p>Аватар клиента</p> <p>Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний</p> <p>Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников.</p> <p>Особенности формирования фирменного стиля.</p> <p>Виды рекламы гостиничных услуг.</p> <p>Внешние коммуникации гостиничного предприятия.</p> <p>Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг.</p> <p>Приемы поддержания и развития интереса к гостинице.</p> <p>Реклама гостиницы средствами сети Интернет</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Создание группы в социальной сети»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Создавать цепочки продающих писем</p> <p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса.</p> <p>Гостиничная услуга как объект рекламы.</p> <p>Сегментация рынка гостиничных услуг.</p> <p>Позиционирование гостиничного продукта.</p> <p>Аватар клиента</p> <p>Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса.</p> <p>Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний</p> <p>Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников.</p> <p>Особенности формирования фирменного стиля.</p> <p>Виды рекламы гостиничных услуг.</p> <p>Внешние коммуникации гостиничного предприятия.</p> <p>E-mail-маркетинг</p> <p>Приемы поддержания и развития интереса к гостинице.</p> <p>Реклама гостиницы средствами сети Интернет</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Создание цепочки продающих писем»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Работать с негативными событиями</p> <p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса.</p> <p>Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников.</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Работа с негативными событиями»
	Процент	Тестирование

<p>Особенности формирования фирменного стиля. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Сайт гостиницы: назначение, построение Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. Служба поддержки онлайн Онлайн-офис. CRM-система. Реклама гостиницы средствами сети Интернет</p>	правильных ответов	
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Использовать селебрити и сарафанного радио как способы формирования положительного имиджа предприятия Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Гостиничная услуга как объект рекламы. Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта. Аватар клиента Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний Понятия: имидж гостиничного предприятия, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля. Виды рекламы гостиничных услуг. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг. Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. Реклама гостиницы средствами сети Интернет</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «PR средствами селебрити и сарафанного радио»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Создавать видеопрезентации, видеоролики Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере Гостиничная услуга как объект рекламы. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний Виды рекламы гостиничных услуг. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. Видеоролики как средство рекламы.</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Видеопрезентации. Создание видеороликов»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Готовить рекламные статьи для публикации в газетах и журналах Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Гостиничная услуга как объект рекламы. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование,</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Статьи в газетах и журналах»
	Процент правильных	Тестирование

<p>подготовка и организация рекламных кампаний Виды рекламы гостиничных услуг. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. Реклама в сми Участие в передачах. Каталоги</p>	ответов	
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Гостиничная услуга как объект рекламы. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. Виды рекламных стратегий. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний Виды рекламы гостиничных услуг. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Сайт гостиницы: назначение, построение Е-mail-маркетинг Приемы поддержания и развития интереса к гостинице. Реклама гостиницы средствами сети Интернет Реклама в сми Участие в передачах. Каталоги Программы лояльности в системе продаж. Работа с постоянными гостями Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «PR акции в практике гостиничного и ресторанного дела»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете