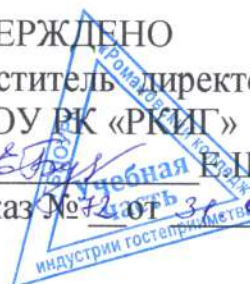


Министерство образования, науки и молодежи Республики Крым
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение Республики Крым
«РОМАНОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА»

УТВЕРЖДЕНО

Заместитель директора по УПР
ГБПОУ РК «РКИГ»

 Е.Ш. Булаш
Приказ № 4 от 30.08.2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

Специальность 43.02.14 «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»



г. Симферополь, 2020

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 № 1 от «28» 08 2020 г.

Председатель ЦМК «ОП»

 Оришко М.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 № 1 от «21» 08 2020 г.

Методист

 Виспянская Е.Я.

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 клиента Построение 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 	<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 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

	<p>гостеприимства.</p> <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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Готовить рекламные статьи для публикации в газетах и журналах
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 	<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 решения 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

	<p>гостеприимства.</p> <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 	<ul style="list-style-type: none"> • Готовить рекламные статьи для публикации в газетах и журналах
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 	<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

	<p>формирования 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 	<ul style="list-style-type: none"> • Работать с негативными событиями • Использовать селебрити и сарафанного радио как способы формирования положительного имиджа предприятия.
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 	<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

	<p>событиями.</p> <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. • E-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. 	<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

	<ul style="list-style-type: none"> • Виды рекламы гостиничных услуг. • 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>событиями</p> <ul style="list-style-type: none"> • Использовать селебрити и сарафанного радио как способы формирования положительного имиджа предприятия. • 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. 	<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.

	<ul style="list-style-type: none"> • Внешние коммуникации гостиничного предприятия. • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • Создавать видеопрезентации, видеоролики • Готовить рекламные статьи для публикации в газетах и журналах
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 	<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

	отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии	
--	--	--

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение учебной дисциплины:

Общий объем программы дисциплины 72 часа, в том числе:

- работа во взаимодействии педагога и обучающегося 70 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)	16
курсовая работа(проект) (если предусмотрено)	-
Итоговая аттестация	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 работа (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 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
		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 применения 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 применения 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 практическом у 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 практическом у 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 практическом у занятию	1
			1		
	3	Соцсети как средство продвижение гостиничных услуг. E-mail-маркетинг	1	Подготовка к материалов практическом у 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 практическом у 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.	1	Работа с конспектом	1
			1		
	2	Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса.	1	Работа с конспектом	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 (итоговая 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:

1. **В.А. Веткин.** Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие / Е.В. Винтайкина, В.А. Веткин. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М. – 2013, 240 с.
2. **Бухтерева О.С.** Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / О.С. Бухтерева. – М.: Инфра-М, 2014. 128 с.
3. **Абабков Ю.Н.** Маркетинг в туризме / И.Г. Филиппова, М. Абабкова. – М. : Инфра-М , 2015. – 214 с.
4. **Шарухин А.П.** Технологии и организация экскурсионных услуг : Учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования / А.С. Скобельцына, А.П. Шарухин. – М. : Академия, 2013. – 176 с.

5. **Тимохина Т.Л.** Организация приема и обслуживания туристов : учеб. пособие. –3-е изд., перераб. и доп. – М. : ФОРУМ, 2013. – 352 с. – (Высшее образование).

Дополнительные источники:

1. **Виноградова М.В.** Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : Практикум / З.И. Панина, М.В. Виноградова. – М. : Дашков и К, 2014. – 448 с.
2. **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 № 242-ФЗ / Российская газета. – 2010. – 9 февраля.
3. Постановление Правительства Российской Федерации «Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» от 25 апреля 1997 г. (с добавлениями и изменениями от 09 декабря 2015 года № 1058).

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 выполнения зачетного задания.

Результаты обучения (перечень знаний, умений осваиваемых в рамках дисциплины)	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Использовать опросы как средство анализа рынка гостиничных услуг</p> <p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса.</p> <p>Сегментация рынка гостиничных услуг.</p> <p>Позиционирование гостиничного продукта.</p> <p>Аватар клиента</p>	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
<p>Анализировать перспективные области применения гостиничного бизнеса</p>	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
<p>Вносить предложение в проект гостиницы с учетом стратегии развития</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 «Проект гостиницы с учетом стратегии развития»
	Процент правильных ответов	Тестирование

	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<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	Ответ на зачете

	зачетного задания	
<p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Гостиничная услуга как объект рекламы. Аватар клиента Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний Виды рекламы гостиничных услуг. 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 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 «Средства рекламной деятельности гостиничного 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.</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Организация

<p>Гостиничная услуга как объект рекламы. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Реклама гостиницы средствами сети Интернет</p>	й работы	работы с глобальными системами резервирования»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Создавать группы в социальной сети 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 «Создание группы в социальной сети»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Создавать цепочки продающих писем Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Гостиничная услуга как объект рекламы. Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта. Аватар клиента Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. 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.</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

Внешние коммуникации гостиничного предприятия. E-mail-маркетинг		
<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> <p>Особенности формирования фирменного стиля.</p> <p>Внешние коммуникации гостиничного предприятия.</p> <p>Сайт гостиницы: назначение, построение</p> <p>Приемы поддержания и развития интереса к гостинице.</p> <p>Служба поддержки онлайн</p> <p>Онлайн-офис. CRM-система.</p> <p>Реклама гостиницы средствами сети Интернет</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Работа с негативными событиями»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Использовать селебрити и сарафанного радио как способы формирования положительного имиджа предприятия</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 «PR средствами селебрити и сарафанного радио»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	Полнота и правильность выполнения зачетного задания	Ответ на зачете
<p>Создавать видеопрезентации, видеоролики</p> <p>Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере</p> <p>Гостиничная услуга как объект рекламы.</p> <p>Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний</p>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Видеопрезентации . Создание видеороликов»
	Процент	Тестирование

<p>Виды рекламы гостиничных услуг. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Приемы поддержания и развития интереса к</p>	правильных ответов	
	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, 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>	Соответствие критериям оценки практической работы	Оценка практической работы «Статьи в газетах и журналах»
	Процент правильных ответов	Тестирование
	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