

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Нигматуллина Танзилия Алтафовна

Должность: Директор

Дата подписания: 22.01.2026 12:56:39

Уникальный программный ключ:

72a47d6ebc251ad439ebc42366ed030bf219f69a



**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПРОФСОЮЗОВ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»**



**БАШКИРСКИЙ ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
(филиал)**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.08.ДВ.01.01 РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

(код и наименование направления подготовки)

Профиль (программа) подготовки

Организация туристской деятельности

(направленность (профиль) (уровень бакалавриата)

Квалификация выпускника Бакалавр

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью изучения дисциплины является – вооружить студентов достаточным объемом теоретических знаний и практических навыков в области рекламной деятельности в социально-культурном сервисе; сформировать у обучающихся представление об основных концепциях и методах разработки рекламной продукции, организации и проведении рекламных кампаний.

Задачи изучения дисциплины:

Для достижения поставленной цели при изучении дисциплины решаются следующие задачи:

1. Дать студентам полное и систематизированное представление о сущности современной рекламы: ее функциях, целях и задачах рекламной деятельности, средствах рекламы.
2. Изучить особенности подготовки рекламных продуктов, определение эффективности рекламы, правовые и экономические основы рекламы.
3. Научить студентов квалифицированному практическому применению теоретических знаний, общих правил и положений современной рекламы в сфере социально-культурного сервиса и туризма в профессиональной деятельности.

1. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Изучение дисциплины «Реклама в социально - культурном сервисе» направлено на формирование следующих компетенций:

профессиональных компетенций и индикаторов их достижения

Задача профессиональной деятельности	Объект профессиональной деятельности или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижений профессиональной компетенции	Основание для включения ПК в образовательную программу (ПС, анализ рынка труда, консультации с работодателями)
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий (тип задачи из ФГОС++)				
- владение	туристский	ПКВ-1.	ПКВ-1.1.	Анализ

<p>основами туристско-рекреационного проектирования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение и прогнозировани е спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка; - разработка и реализация проектов, направленных на развитие туристского предприятия; - разработка и реализация бизнес-планов создания нового предприятия индустрии туризма; - формирование логистических схем в сфере туризма и участие в оценке их эффективности 	<p>продукт, включающий основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги, его разработка и проектирование программ туристского обслуживания; туристские организации и организации туристской индустрии; туристские регионы и территории; технологии обслуживания клиентов, технологическая документация и информационные ресурсы; потребители туристского продукта, их запросы, потребности и ключевые ценности; первичные трудовые коллективы организаций туристской индустрии.</p>	<p>Способен организовать работу исполнителей , принимать решения об организации туристской деятельности</p>	<p>Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональ ными задачами деятельности. ПКВ-1.2.</p> <p>Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственным и и финансово-экономическим и процессами туристской организации.</p>	<p>отечественного и международного опыта</p>
<p>- владение основами туристско-рекреационного проектирования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение и прогнозировани е спроса с учетом требований потребителей на определенных 	<p>туристский продукт, включающий основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги, его разработка и проектирование программ туристского обслуживания;</p>	<p>ПКВ-2. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в</p>	<p>ПКВ-2.1. Вырабатывает управленчески е решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя.</p>	<p>Анализ отечественного и международного опыта WSR компетенции - R-9 «Туризм»</p>

сегментах рынка; - разработка и реализация проектов, направленных на развитие туристского предприятия; - разработка и реализация бизнес-планов создания нового предприятия индустрии туризма; - формирование логистических схем в сфере туризма и участие в оценке их эффективности	туристские организации и организации туристской индустрии; туристские регионы и территории; технологии обслуживания клиентов, технологическая документация и информационные ресурсы; потребители туристского продукта, их запросы, потребности и ключевые ценности; первичные трудовые коллективы организаций туристской индустрии.	соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	ПКВ-2.2. Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг. ПКВ-2.3. Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.	
--	---	---	---	--

2.2 Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основы современной рекламы: ее функции, цели и задачи рекламной деятельности гостиничных комплексов/сети гостиниц;
- методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур;
- особенности подготовки рекламных продуктов гостиничных комплексов/сети гостиниц.

Уметь:

- квалифицированно применять на практике полученные теоретические знания;
- разрабатывать рекламные материалы;
- определять эффективность рекламы гостиничных комплексов/сети гостиниц.

Навыки и/или опыт деятельности:

- организации устных и письменных коммуникаций с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами;
- соблюдения в рекламе законодательства Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений; к дисциплинам по выбору, направления подготовки 43.03.02 «Туризм» профиля «Организация туристской деятельности».

4 ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	3./108		
Контактная работа – аудиторные занятия:	26		
Лекции	8		
Семинары, практические занятия	16		
Лабораторные работы	-		
Самостоятельная работа обучающегося (всего с промежуточной аттестацией)	82		
Вид промежуточной аттестации (зачет)	Зачет		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1.

Понятие и сущность рекламы в социально – культурном сервисе

Предмет и сущность рекламы. Цели и функции рекламы. Традиции и особенности рекламы в социально-культурном сервисе. Классификация рекламы по целевой аудитории, по охватываемой территории, по средствам передачи, по этапам жизненного цикла товара, функциям и целям.

Тема 2.

Основные средства рекламы в социально - культурном сервисе и туризме

Рекламно – полиграфическая продукция, реклама в прессе, телевизионная реклама и интернет – реклама в социально- культурном сервисе и туризме, радиореклама, использование наружной рекламы, организация прямой почтовой рекламы.

Тема 3.

Организация рекламной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме

Рекламный процесс и организация рекламной деятельности, рекламная кампания в социально-культурном сервисе и туризме, разработка рекламных обращений, фирменный стиль.

Тема 4.

Оценка эффективности рекламы. Регулирование рекламного дела и правовые основы рекламы

Коммуникативная эффективность рекламы в социально-культурном сервисе и туризме и методики ее определения. Методы предварительной оценки рекламы. Проверка рекламы в ходе рекламной кампании и после проведения рекламных мероприятий. Экономическая эффективность рекламных мероприятий в социально-культурном сервисе и туризме. Методы расчета экономической эффективности рекламирования, рентабельность рекламирования. Реклама и вопросы этики. Юридическая ответственность и авторское право на рекламные произведения. Российское законодательство о рекламе. Основные положения Федерального закона «О рекламе»: регулирование отношений, возникающих в процессе производства, размещения и распространения рекламы, права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей, общие и специальные требования к рекламе.

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: 3.Е. (часов) 3 (108)

Форма обучения	Очная	Вид контроля	зачет
Форма обучения	Очно - заочная	Вид контроля	
Форма обучения	Заочная	Вид контроля	

№ п.п.	Порядковый номер темы в соответствии с разделом 5.1 РПД	Очная			Очно-заочная			Заочная			CPC	
		Аудиторная (контактная)			CPC	Аудиторная (контактная)			CPC	Аудиторная (контактная)		
		Л	Пр/С	ЛР		Л	Пр/С	ЛР		Л	Пр/С	ЛР
1.	Тема 1	2	2		4							
2.	Тема 2	2	4		10							

№ п.п.	Порядковый номер темы в соответствии с разделом 5.1 РПД	Очная			Очно-заочная			Заочная			CPC	
		Аудиторная (контактная)			CPC	Аудиторная (контактная)			CPC	Аудиторная (контактная)		
		Л	Пр/С	ЛР		Л	Пр/С	ЛР		Л	Пр/ С	ЛР
3.	Тема 3	2	4		10							
4.	Тема 4	2	6		16							
5.	Промежуточная аттестация (часов)				42							
ВСЕГО ЧАСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ		8	16		82							

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Тема 1. Понятие и сущность рекламы в социально – культурном сервисе

Список литературы по теме.

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
1.	Найджел, Морган	Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов	ЮНИТИ- ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71244.html
2.	Шпырня, О. В.	Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства: учебное пособие	Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/78034.html
3.	Васильева [и др.].	Коммуникации в гостиничном бизнесе: учебное пособие	Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/76813.html

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить темы к семинару

1. Сущность рекламы.
2. Цели и функции рекламы. Традиции и особенности рекламы в социально-культурном сервисе.
3. Классификация рекламы по целевой аудитории.
4. Классификация рекламы по охватываемой территории.
5. Классификация рекламы по средствам передачи.
6. Классификация рекламы по этапам жизненного цикла товара.
7. Классификация рекламы функциям и целям.

Тема 2.

Основные средства рекламы в социально - культурном сервисе и туризме

Список литературы по теме.

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
4.	Найджел, Морган	Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов	ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71244.html
5.	Васильева [и др.]	Коммуникации в гостиничном бизнесе: учебное пособие	Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/76813.html
6.	Радыгина, Е. Г.	Технологии гостиничной деятельности	Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/99991.html

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить темы к семинару

1. Реклама в прессе.
2. Телевизионная реклама.
3. Реклама в сети интернет.
4. Радиореклама.
5. Использование наружной рекламы.

Тема 3.

Организация рекламной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме

Список литературы по теме.

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
7.	Найджел, Морган	Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов	ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71244.html
8.	Медлик, С.	Гостиничный бизнес: учебник для студентов вузов	ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71186.html
9.	Бекетова, О. Н.	Бизнес-планирование: учебное	Научная книга	2019	http://www.iprbookshop.ru/81001.html

		пособие			
10.	Сычев, А. В.	Web- технологии: учебное пособие	Интернет- Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/89412.html

Задания для самостоятельной работы:

1. Рекламный процесс и организация рекламной деятельности.
2. Рекламная кампания в социально-культурном сервисе и туризме.
3. Разработка рекламных обращений,
4. Разработка фирменного стиля.
5. Определение навыков организации рекламной кампании.

Приобретение навыков организации рекламной кампании в социально - культурном сервисе и туризме.

Тема 4.

Оценка эффективности рекламы. Регулирование рекламного дела и правовые основы рекламы

Список литературы по теме.

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
11.	Пузыня, Т. А.	Управленческая экономика: учебное пособие	Вузовское образование	2019	http://www.iprbookshop.ru/87088.html
12.	Найджел, Морган	Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов	ЮНИТИ- ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71244.html
13.	Медлик, С.	Гостиничный бизнес: учебник для студентов вузов	ЮНИТИ- ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71186.html
14.	Бекетова, О. Н.	Бизнес- планирование: учебное пособие	Научная книга	2019	http://www.iprbookshop.ru/81001.html

Задания для самостоятельной:

Подготовить темы к семинару

1. Коммуникативная эффективность рекламы в социально-культурном сервисе и туризме и методики ее определения.
2. Методы предварительной оценки рекламы.
3. Проверка рекламы в ходе рекламной кампании и после проведения рекламных мероприятий.
4. Экономическая эффективность рекламных мероприятий в социально-культурном сервисе и туризме.

5. Методы расчета экономической эффективности рекламирования, рентабельность рекламирования.
6. Этика в рекламных коммуникациях.
7. Юридическая ответственность и авторское право на рекламные произведения.
8. Российское законодательство о рекламе.
9. Основные положения Федерального закона «О рекламе»: регулирование отношений, возникающих в процессе производства, размещения и распространения рекламы, права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей, общие и специальные требования к рекламе.

Отработка навыков оценки эффективности рекламной кампании.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
15.	Найджел, Морган	Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов	ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71244.html
16.	Медлик, С.	Гостиничный бизнес: учебник для студентов вузов	ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71186.html
17.	Шпырня, О. В.	Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства: учебное пособие	Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/78034.html
18.	Бекетова, О. Н.	Бизнес-планирование: учебное пособие	Научная книга	2019	http://www.iprbookshop.ru/81001.html

*ЭБС – электронно - библиотечная система

Дополнительная литература

№ п/ п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС
1.	Васильева [и др.]	Коммуникации в гостиничном бизнесе: учебное пособие	Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/76813.htm

2.	Радыгина , Е. Г.	Технологии гостиничной деятельности	Ай Пи Ар Медиа	202 1	http://www.iprbookshop.ru/99991.html
3.	Сычев, А. В.	Web-технологии: учебное пособие	Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	202 0	http://www.iprbookshop.ru/89412.html
4.	Пузыня, Т. А.	Управленческая экономика: учебное пособие	Вузовское образование	201 9	http://www.iprbookshop.ru/87088.html

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес) Название программы/Системы	Описание ресурса Описание программы/Системы
1.	https://web.atiso.ru/bibl/DocLib2/Forms/AllItems.aspx	Электронная библиотека АТиСО
2.	https://www.iprbookshop.ru/	<u>IPRbooks электронно-библиотечная система</u>
3.	https://a-z.ru/assoc/osr	Рекламный Совет России
4.	https://re-port.ru	Отраслевой портал о маркетинге, рекламе и PR
5.	https://www.mlg.ru/	Сервис оценки эффективности коммуникаций бренда
6.	www.raso.ru	Российская ассоциация по связям с общественностью (PACO).
7.	www.press-service.ru	Журнал «Пресс-служба»
8.	www.e-pr.nm.ru	Интернет-клуб связей с общественностью
9.	10. http://www.socreklama.ru/	Социальная реклама. ру

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения, в которых проводятся занятия, представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий. Данные аудитории оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства, находящиеся в учебных аудиториях:

- ноутбук Lenovo B50 (для преподавателя) с выходом в сеть интернет;
- проектор EPSON EB-W22 (проектор SANYO PRO xtrax);

- акустическая система Microlab;
- экран для проектора;
- доска маркерная (ученическая доска).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой и имеют возможность подключения к сети интернет и обеспечивают доступ к электронной информационно-образовательной среде академии.

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

- лекции;
- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- компьютерные симуляции;
- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей;
- деловые и ролевые игры;
- круглые столы;
- групповые дискуссии и проекты;
- обсуждение результатов работы студенческих исследовательских групп;
- участие в телеконференциях

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Библиотека			