

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 17.12.2025 14:09:03

Уникальный программный ключ:

e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2340974f9

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Институт непрерывного образования»

Рассмотрено

на заседании кафедры естественнонаучных
и общегуманитарных дисциплин

Зав. кафедрой



Трубицын А.С.

3 ноября 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор АНО ВО «ИНО»

Цветлюк Л.С.

3 ноября 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама в туризме

для направления подготовки

43.03.02 «Туризм», направленность (профиль):

«Технология и организация внутреннего и международного туризма»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника

Бакалавр

Москва, 2025 г.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель. Способствовать формированию у студентов представления о рекламе, ее роли и задачах в туристской сфере. Характерная черта современной рекламы – приобретение новой роли в результате вовлечения в процесс управления производственно-сбыточной деятельности промышленных, торговых, сервисных фирм.

Основные задачи курса – сформировать понятийный аппарат, отображающий сущность рекламной деятельности в условиях конкуренции в туризме. Обосновать цели и задачи деятельности рекламного агентства в туризме. Изложить основы применения рекламных средств в туризме. Выявить особенности рекламной деятельности туристского предприятия. Показать необходимость участия туристской фирмы в разработке фирменного стиля, место бренда в формировании ее имиджа, роль брендинга в повышении эффективности решения управлеченческих задач.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Реклама в туризме» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. ОПОП.

3. Планируемые результаты освоения основной образовательной программы:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

<i>Код компетенции, содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</i>
ПК-4. Способен к принятию оперативных управлеченческих решений в области организации внутреннего и международного туризма	ПК-4.1. Знать: виды управлеченческих решений и методы их разработки; основы организации и планирования деятельности предприятий индустрии туризма; особенности социальной политики российского государства, действие социальных стандартов, направленных на качество жизни. ПК-4.2. Уметь: применять методы разработки управлеченческих решений; использовать в практической	Знает: нормативно- правовые акты, регулирующие процесс продвижения и реализации туристского продукта; теоретические основы информатики и информационных технологий, возможности и принципы использования современной компьютерной техники; технологии продаж туристского продукта. Умеет: применять теоретические знания при решении

	<p>деятельности современные принципы распределения функций и организации работы исполнителей в организациях и на предприятиях туристской индустрии; обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии.</p> <p>ПК-4.3. Владеть: навыками разработки и реализации управлеченческих решений, производственных программ и стратегий в туризме.</p>	<p>практических задач в туристской деятельности, используя возможности вычислительной техники и программного обеспечения; использовать существующие пакеты прикладных программ для решения конкретных задач профессиональной деятельности в туристской индустрии; выбирать и применять эффективные технологии продаж.</p> <p>Владеет: навыками работы с прикладными программными средствами; навыками создания новых туристских продуктов и услуг с использованием современных информационных и коммуникативных технологий; навыками формирования и продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей; навыками продвижения туристского продукта.</p>
--	---	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **5 зачет. ед.**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		4		
Аудиторные занятия (всего)	42	42		
В том числе:				
Лекции	14	14		
Практические занятия (ПЗ)	14	14		
Индивидуальные занятия (ИЗ)	14	14		
Лабораторные работы (ЛР)				

Самостоятельная работа (всего)	102		102		
В том числе:					
Курсовый проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат					
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>					
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	36		36		
Общая трудоемкость: часы зачетные единицы	180		180		
	5		5		

5. Содержание дисциплины

5.1.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Формируемые компетенции	Образовательные технологии (интерактивные формы проведения занятий)	Оценочные средства
1.	Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Услуга как объект рекламы в туризме. Понятие рекламы, ее роль и задачи в туризме. Социально-психологические основы рекламы в туризме.	ПК-4	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат
2.	Рекламные средства и их применение в туризме	Рекламные средства и их классификация. Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Выставки и ярмарки. Реклама в Интернете.	ПК-4	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат
3.	Элементы фирменного стиля туристского предприятия	Понятие фирменного стиля. Элементы фирменного стиля. Бренд. Атрибуты бренда. Процедура брендирования.	ПК-4	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат
4.	Планирование рекламных кампаний в	Понятие, сущность рекламных кампаний. Классификация рекламных кампаний. Порядок	ПК-4	Эвристический, проблемный, наглядный,	Тесты, реферат

	сфере туризма.	планирования рекламной кампании. Основные принципы составления рекламных текстов. Художественное оформление рекламных объявлений.		репродуктивный методы преподавания	
5.	Современные творческие рекламные стратегии	Типология креативных стратегий и условия их применения. Основные виды концепций рационалистического типа. Концепции проекционного типа.	ПК-4	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат
6.	Оценка эффективности и рекламных мероприятий в туризме	Экономическая эффективность рекламной деятельности. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности.	ПК-4	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат
7.	Языковые стилистические и жанровые особенности, рекламных	Стилистическая характеристика различных видов рекламных текстов. Языковые процессы на примере текстов туристской рекламы. Языковая специфика рекламы сферы туризма. Жанры	ПК-4	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат
	текстов сферы туризма	печатных рекламных текстов.			
8.	Лингвистические особенности рекламной коммуникации и сферы туризма	Туристская реклама: стратегия позитива. Приемы манипуляций в рекламных текстах. Адресат рекламного текста в представлении рекламодателя. Коммуникативный потенциал рекламных текстов сферы туризма.	ПК-4	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат
9.	Рекламное агентство и рекламный бизнес	Рекламный процесс и его основные участники. Структура рекламного агентства. Доходы рекламных агентств. Системы вознаграждения.	ПК-4	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат

5.1.2. Самостоятельная работа студентов: указываются виды самостоятельной работы студентов по разделам и темам, а также формы контроля самостоятельной работы обучающихся.

№ п.п.	Наименование раздела дисциплины (темы)	Виды самостоятельной работы студентов	Формы контроля самостоятельной работы студентов

1.	Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов
2.	Рекламные средства и их применение в туризме	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов
3.	Элементы фирменного стиля туристского предприятия	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов
4.	Планирование рекламных кампаний в сфере туризма.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	
5.	Современные творческие рекламные стратегии	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов
6.	Оценка эффективности рекламных мероприятий в туризме	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов
7.	Языковые стилистические и жанровые особенности, рекламных текстов сферы туризма	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов

8.	Лингвистические особенности рекламной коммуникации сферы туризма	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов
9.	Рекламное агентство и рекламный бизнес	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Инд. Зан.	СРС	Курс. проект.	Всего час.
1.	Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме.	2		2	11		15
2.	Рекламные средства и их применение в туризме		2		12		14
3.	Элементы фирменного стиля туристского предприятия	2	2	2	11		17
4.	Планирование рекламных кампаний в сфере туризма.	2	2	2	11		17
5.	Современные творческие рекламные стратегии		2	2	12		14
6.	Оценка эффективности рекламных мероприятий в туризме	2	2	2	11		17
7.	Языковые стилистические и жанровые особенности, рекламных текстов сферы туризма	2	2	2	11		17
8.	Лингвистические особенности рекламной коммуникации сферы туризма	2	2		12		16
9.	Рекламное агентство и рекламный бизнес	2		2	12		16
	Контроль (экзамен)						36
	Всего	14	14	14	102		180

6. Индивидуальные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость (час.)
1.	1	Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме	2
2.	3	Элементы фирменного стиля туристского предприятия	2
3	4	Планирование рекламных кампаний в сфере туризма.	2
4	5	Современные творческие рекламные стратегии	2
5	6	Оценка эффективности рекламных мероприятий в туризме	2
6	7	Языковые стилистические и жанровые особенности, рекламных текстов сферы туризма	2
7	9	Рекламное агентство и рекламный бизнес	2

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Услуга как объект рекламы в туризме. Понятие рекламы, ее роль и задачи в туризме. Социально-психологические основы рекламы в туризме.	
2.	Рекламные средства и их применение в туризме	Рекламные средства и их классификация. Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Выставки и ярмарки. Реклама в Интернете.	2
3.	Элементы фирменного стиля туристского предприятия	Понятие фирменного стиля. Элементы фирменного стиля. Бренд. Атрибуты бренда. Процедура брендирования.	2
4.	Планирование рекламных кампаний в сфере туризма.	Понятие, сущность рекламных кампаний. Классификация рекламных кампаний. Порядок планирования рекламной кампании. Основные принципы составления рекламных текстов. Художественное оформление рекламных объявлений.	2
5.	Современные творческие рекламные стратегии	Типология креативных стратегий и условия их применения. Основные виды концепций рационалистического типа. Концепции проекционного типа.	2

6.	Оценка эффективности рекламных мероприятий в туризме	Экономическая эффективность рекламной деятельности. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности.	2
7.	Языковые стилистические и жанровые особенности, рекламных текстов сферы туризма	Стилистическая характеристика различных видов рекламных текстов. Языковые процессы на примере текстов туристской рекламы. Языковая специфика рекламы сферы туризма. Жанры печатных рекламных текстов.	2
8.	Лингвистические особенности рекламной коммуникации сферы туризма	Туристская реклама: стратегия позитива. Приемы манипуляций в рекламных текстах. Адресат рекламного текста в представлении рекламодателя. Коммуникативный потенциал рекламных текстов сферы туризма.	2
9.	Рекламное агентство и рекламный бизнес	Рекламный процесс и его основные участники. Структура рекламного агентства. Доходы рекламных агентств. Системы вознаграждения.	
10.	Всего		14

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Описание балльно-рейтинговой системы

Балльно-рейтинговая система предусматривает наличие текущего и промежуточного контроля успеваемости.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый в ходе аудиторных и самостоятельных занятий по учебному курсу контроль уровня знаний, умений, навыков и опыта деятельности студента в течение семестра.

Промежуточный (рубежный) контроль – это контроль учебных достижений по окончании изучения дисциплины (модуля). Он проводится в форме контрольной работы, экзамена или зачета по учебному курсу. Если по учебному курсу предусмотрено в семестре две формы промежуточного контроля - экзамен и зачет, то в рамках балльно-рейтинговой системы зачет условно относится к текущему контролю. Рубежный контроль успеваемости студентов организуется два раза в учебный год.

Порядок организации процедуры

Рейтинговая система строится на основе накопительной оценки успеваемости студентов на протяжении всего периода обучения. Успешность изучения каждого учебного курса в течение семестра оценивается, исходя из 100 максимально возможных баллов.

На текущий контроль по учебному курсу в течение семестра отводится 80 баллов. Оценку знаний студента на экзамене или зачете осуществляется по 20-балльной шкале.

Балльная система является обязательным разделом учебно-методического комплекса или рабочей программы по данному учебному курсу. На первом занятии по данному учебному курсу она в *обязательном* порядке доводится до сведения студентов.

Предлагается следующая система оценивания деятельности студентов по предмету:

Технологическая карта оценивания учебной деятельности студента

№ п/п	Виды деятельности студента на учебном занятии	Колич. баллов
	Тестирование по темам № 1-3	20
	Тестирование по темам № 4-6	20
	Рубежный контроль – Тестирование по всем темам курса	20
	Реферат (контрольная работа)	20
	Зачет / Экзамен	20
	Дополнительные баллы ставятся за изложение доклада / сообщения: а) изложение с обращением к тексту б) с подготовленной презентацией	2 4

Общая оценка знаний студента в семестре по учебному курсу определяется как сумма баллов, полученных студентом по различным формам текущего и промежуточного контроля в течение данного семестра. Оценка знаний на экзамене/зачете максимально составляет 20 баллов.

Информацию о баллах, накопленных студентами, заносится в журнал результатов текущего контроля.

Студент считается освоившим программу дисциплины, если в ходе текущего контроля или в ходе текущего и промежуточного контролей он набрал по учебному курсу не менее 60 баллов.

В течение последней учебной недели семестра для каждого студента определяется общий балл текущего контроля в семестре. В конце экзаменационной сессии определяется итоговый балл по дисциплине, включающий баллы, набранные по результатам текущего контроля, итоговой аттестации по дисциплине.

Суммарный рейтинговый балл текущего и промежуточного контроля освоения учебного курса за семестр на экзамене переводится в 5-балльную оценку, которая считается итоговой оценкой по учебному курсу в текущем семестре и заносится в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента.

Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по учебному курсу

Наименование оценки	Сумма баллов	Числовой эквивалент
отлично	91 – 100	5
хорошо	75 – 90	4
удовлетворительно	60 – 74	3
неудовлетворительно	0 – 59	2

Проведение экзамена/зачета обязательно для студентов, полностью пропустивших занятия по дисциплине и не набравших минимальное количество баллов. Возможно проведение экзамена/зачета для студентов, желающих улучшить свой результат в баллах.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости
Тестирование

Тест проводится в рамках текущего контроля успеваемости. Тест состоит из 40 заданий, относящихся к одной теме. Все задания одного уровня трудности. Тестирование осуществляется письменной форме, на выполнение теста отводится 40 минут, студентам предлагается одна попытка. Результаты тестирования доступны студентам и преподавателю после его завершения.

Процедура оценивания результатов теста: один балл за каждые два правильных ответа. В каждом вопросе один правильный ответ.

Примерные тестовые задания

1. Рекламный процесс – это:
 - а) обращение заинтересованного лица (фирмы) к своему сегменту потребителей через СМИ и другие каналы рекламного воздействия с целью привлечения внимания к предлагаемому товару или услуге
 - б) производство рекламных продуктов
 - в) деятельность специалистов по созданию рекламы г)
 - г) восприятие рекламы потребителем
2. Какую из перечисленных ниже услуг предлагает своим клиентам рекламное агентство полного цикла
 - а) комплекс рекламных услуг от разработки основной идеи, производства рекламного продукта до размещения рекламы в СМИ и отслеживания ее эффективности
 - б) размещение рекламы в СМИ в)
разработку оригинал-макета
 - г) подготовку сценариев для аудио-видеорекламы
3. Основная функция имиджевой рекламы: а)
напоминание о товаре или услуге
- б) создание благоприятного образа товара или услуги для потребителей в)
сообщение о положительных качествах товара
- г) информация о точках продажи товара
4. Информационная реклама – это:
 - а) реклама в средствах массовой информации
 - б) реклама, в которой изложена основная информация о качествах продаваемого товара и местах его потребления
 - в) реклама в информационных журналистских жанрах
 - г) реклама от лица распространителя товара при личных продажах
5. Рекламный агент – это:
 - а) посредник между рекламодателем и каналом размещения рекламы или фирмой, производящей рекламу
 - б) человек, распространяющий рекламу среди потенциальных потребителей
 - в) представитель производителя товара
 - г) человек, который пишет в СМИ с целью разместить рекламу от лица своей фирмы
6. ...

Реферат

При составлении реферата рекомендуется следующая логика построения работы. В начале следует показать значимость рассматриваемой проблемы в широком контексте, затем – в более узком – в прикладном значении. На втором этапе следует структурировать саму проблему: причины первого, второго и третьего уровней; генезис проблемы и ее последствия: близкие, ожидаемые, известные и отдаленные – наименее изученные. Рекомендуется на данном этапе формализовать результаты с помощью таких способов, как диаграмма «сродства», «связей», и их аналогов. На третьем этапе следует сфокусировать внимание на одной, конкретной, сравнительно обособленной причине возникновения проблемы, рассмотреть ее детально, и предложить свой особый (ранее не разработанный) вариант решения. Завершая работу над

рефератом, следует показать, какие последствия будет иметь предложенное автором решение, сначала в узком, затем в широком контексте (это позволяет «закольцевать» тему, вернуться к началу реферата – постановке проблемы). Тематика не исчерпывается темами, предлагаемыми преподавателем. Студент вправе сформулировать тему самостоятельно. Тема должна быть утверждена преподавателем заблаговременно, до начала выполнения работы.

Примерные темы рефератов

1. Реклама: сущность и тенденции развития
2. Развитие современной рекламы в России
3. Основные черты и функции рекламы
4. Реклама и общество России
5. Особенности рекламы в туризме
6. Виды туристской рекламы.
7. ...

Критерии оценивания

№п/п	Примерные критерии оценки реферата	Количество баллов
1.	Титульный лист	Без ошибок – 2 С незначительными ошибками – 1 Существенные ошибки – 0
2.	Оглавление	Без ошибок – 2 С незначительными ошибками – 1 Существенные ошибки – 0
3.	Введение	Раскрыты актуальность, цели и задачи – 3 Раскрыты либо актуальность, либо цели и задачи – 1 Не раскрыты ни актуальность, ни цели и задачи
4.	Содержание основной части	Связная логика изложения, выполнены задачи, поставленные во введении – 4 Задачи выполнены, логика изложения нарушена – 2-3 В изложении основной части присутствует более 50 % некорректных заимствований – 1
		Текст основной части представляет собой некорректные заимствования – 0
5.	Заключение	Сделаны выводы, в соответствие с поставленными задачами, изложением основной части – 3 Приведены выводы, не связанные с поставленными задачами, материалом, изложенным в основной части – 1 Выводы не приведены – 0
6.	Список использованной литературы	Унифицированный список в соответствие с ГОСТ – 2 Унифицированный список – 1 Список приведен в свободной форме – 0
7.	Сроки сдачи реферата	Реферат сдан вовремя – 1 Нарушены сроки сдачи – 0
8.	Форматирование	Без нарушений – 1 С нарушениями – 0

9.	Орфография и пунктуация	Не выявлены грубые ошибки – 1 Имеются грубые орфографические и пунктуационные ошибки – 0
10.	Количество страниц	Равно или больше 20 – 1 Меньше 20 страниц – 0
11.	Всего баллов	20

Оценочные средства промежуточного контроля успеваемости Примерный список вопросов к экзамену

1. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций
2. Функции рекламы
3. Модель рекламной коммуникации
4. Характеристика современного рекламного процесса
5. Классификация видов туристской рекламы
6. Рекламная компания: сущность и классификация.
7. ...

Показатели и критерии оценивания

Критерии	Показатели
Усвоение программного теоретического материала	<ul style="list-style-type: none"> - дает аргументированный, полный ответ по вопросу, демонстрирующий знание основного содержания дисциплины и его элементов в соответствии с прослушанным лекционным курсом и с учебной литературой - демонстрирует знание с основной и дополнительной литературы и источников по вопросу - владеет умением устанавливать межпредметные и внутрипредметные связи между событиями, объектами и явлениями - демонстрирует способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в вопросе проблематики
Способность увязывать теоретические положения с соответствующей практикой	<ul style="list-style-type: none"> - умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации - способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач - демонстрирует полное понимание материала, выводы доказательны, приводит примеры, дополнительные вопросы не требуются
Понимание основных проблем и сущности излагаемого вопроса	<ul style="list-style-type: none"> - знание определений и основных понятий - корректно использует профессиональную терминологию - осмысленность - системность

Культура речи	<ul style="list-style-type: none"> - правильность и точность формулирования ответа на поставленный вопрос; - научно грамотное и практически целесообразное изложение материала
---------------	--

Шкала оценивания

№ п/п	Примерные критерии оценки ответа на один вопрос	Количество баллов
1.	Усвоение программного теоретического материала	В полном объеме – 2 Частично – 1 Материал не усвоен – 0
2.	Способность увязывать теоретические положения с соответствующей практикой	В полном объеме – 2 Частично – 1 Не выявлено – 0
3.	Понимание основных проблем и сущности излагаемого вопроса	В полном объеме – 2 Частично – 1 Понимание отсутствует – 0
4.	Ответ на дополнительные вопросы	Два правильных ответа на два вопроса – 1 Один правильный ответ на два вопроса – 2 Ответы на вопросы были даны неправильные – 0
5.	Культура изложения: связность, четкость, логичность и т.п.)	Связный рассказ, четкий ответ, видна логика изложения – 2 Связный рассказ, четкий ответ, логика изложения нарушена – 1 Ответ бессвязный – 0
	Итого за один ответ:	0-10
	Итого за зачет / экзамен – ответ на 2 вопроса	0-20

Экзамен проводится в устной форме, включает два вопроса, задаваемые ведущим преподавателем из перечня вопросов.

На подготовку к ответу на вопрос студенту отводится не более 15 минут. Ведущий преподаватель имеет право наблюдать за самостоятельной подготовкой к ответу, давать пояснения, если в этом возникает

необходимость. Студенты имеют право пользоваться рабочей программой дисциплины.

Длительность ответа по вопросам как правило не должна превышать 10 минут. По окончании ответа студента ведущий преподаватель задает дополнительные вопросы. Кроме того, по пропущенным студентом занятиям и по темам, по которым студент получил неудовлетворительную оценку, преподаватель имеет право задать дополнительные вопросы.

Критерии оценивания в случае проведения промежуточной аттестации в виде экзамена.

- оценка «отлично (5)» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений;

- оценка «хорошо (4)» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;

- оценка «удовлетворительно (3)» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;

- оценка «неудовлетворительно (2)» выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Козлова, В. А. Реклама в туризме : учебно-методическое пособие / В. А. Козлова ; Межрегиональная академия безопасности и выживания. – Орел : Межрегиональная академия безопасности и выживания, 2014. – 126 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428609>
2. Рукомойникова, В. П. Реклама в туризме : учебное пособие : [16+] / В. П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 104 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>

б) дополнительная литература

1. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие : [16+] / Т. Л. Чернышева ; Новосибирский государственный технический университет. – 2-е изд. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 92 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576172>
2. Кулагина, Е. В. Реклама в туризме и гостеприимстве : учебное пособие : [16+] / Е. В. Кулагина, И. Е. Каравеев ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 117 с. : табл. –

Режим доступа: по подписке. – URL:
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682977>

в) информационные технологии:

1. Персональные компьютеры
2. Доступ в Интернет
3. Проектор
4. Система VOTUM

г) программное обеспечение:

1. Windows 7
2. LibreOffice Writer
3. LibreOffice Calc
4. LibreOffice Impress

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. <http://biblioclub.ru> – Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» Договор №96-09/2025 от 12.09.2025 г.
2. <http://lib.icone.ru> - Электронная библиотечная система АНО ВО «ИНО»
3. <http://edu.ru> – Федеральный портал «Российское образование»
4. <https://www.minobrnauki.gov.ru> – сайт Министерства науки и высшего образования РФ
5. <http://prlib.ru> – Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина
6. <http://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека
7. <http://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека
8. <http://elibrary.rsl.ru> – Российская государственная библиотека
9. <http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека «Elibrary»

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

В АНО ВО «ИНО» предусмотрены учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических/индивидуальных занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Аудитории, в которых проводятся занятия по дисциплине, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (в электронном виде - презентаций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин, рабочим учебным программам дисциплин.

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

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно- наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы)
--	--

	в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Учебная аудитория №5 Оснащение: Стул с пюпитром – 48 шт. Стол преподавателя – 1 шт. Стул преподавателя – 1 шт. Экран большого размера – 1 шт. Меловая доска – 1 шт. Ноутбук - 1 шт. Проектор INFocus -1 шт.	115114, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Даниловский, наб. Дербеневская, д. 11, этаж № 1, нежилое помещение, площадью 479.2 м2 (часть нежилого помещения)
Помещение для самостоятельной работы Оснащение: Стул с пюпитром – 25 шт. Стол преподавателя – 1 шт., Стул преподавателя – 1 шт. Персональный компьютер с периферией, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно- образовательную среду Организации. – 1 шт. МФУ - 1 шт.	115114, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Даниловский, наб. Дербеневская, д. 11, этаж № 1, нежилое помещение, площадью 479.2 м2 (часть нежилого помещения)

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

11.1 Методические рекомендации (материалы) для преподавателя

В ходе реализации данной дисциплины предполагается активное использование различных видов и форм проведения учебных занятий при осуществлении учебной и научно-исследовательской деятельности.

При аудиторной работе планируется проведение:

- проблемных лекций, позволяющих более разносторонне и менее субъективно доносить материал занятия до студентов, привлекать студентов к обсуждению наиболее острых проблем по дисциплине, демонстрировать

«открытый», дискуссионный, «живой» характер знания в сфере гостиничной деятельности;

- практических занятий на основе «кейс-метода» - моделирования ситуации, воспроизводящей реальный объект, явление, проблему, создающие прецедент «погружения» в деятельность в сфере услуг;

- практикумов для решения комплексных и сложных проблемных ситуаций;

- дискуссий и дебатов как форм проведения семинарских занятий;

- презентаций с использованием специальных программных сред.

Очень важным представляется введение инновационных форм обучения (метода конкретных ситуаций моделирования и прогнозирования, дискуссии, круглого стола, рецензирования художественного материала и т.д.), позволяющих акцентировать внимание на актуальных проблемах дисциплины.

Мыслительный процесс всегда направлен на решение какой-либо задачи; преподавателю, заинтересованному в том, чтобы он протекал активнее, важно знать, что в этом процессе различают несколько основных этапов. Начальной фазой является

осознание проблемной ситуации. Чтобы она возникла, при изложении нового материала следует коротко рассказать о состоянии вопроса по теме занятия и остановиться на «белом пятне», на том, что раньше не было известно науке.

Смысль первой фазы изложения материала – разбудить потребность в получении знаний. Источник мышления – потребность личности. Само выявление проблемной ситуации является актом мышления. Умение поставить вопрос, увидеть проблему там, где она есть, – первый признак мыслящего человека. Если в процессе изучения темы у студентов не возникает вопросов, это может свидетельствовать о том, что они не включены в мыслительную работу. Одной из причин такого явления может быть то, что уровень излагаемого материала значительно превышает уровень подготовленности студентов.

Следующим после осознания проблемной ситуации этапом мыслительного процесса является выработка гипотезы, т.е. предположения о возможных путях решения задачи и ее ожидаемом результате. После осознания гипотезы возникает необходимость ее проверки.

Завершающей фазой мыслительного процесса является фиксация достигнутого в нем решения проблемы – суждение по данному вопросу. В результате мыслительного процесса (т.е. в результате разрешения какой-либо задачи) студент должен выявить некоторые существенные взаимосвязи, отсутствие которых в его представлении делает ситуацию проблемной.

Выявление этих взаимосвязей происходит с помощью мыслительных операций: сравнения, анализа и синтеза, индукции и дедукции, абстракции и обобщения, классификации.

Культура речи преподавателя, вне всякого сомнения, – наиболее важное из средств обучения. Она организует, направляет и восприятие, и осмысление наглядного, документального и другого учебного материала. Преподаватель не просто показывает схему, таблицу, картину, он ведет по ней рассказ, дает объяснение.

В этой связи возникает необходимость научиться выбирать методы устного изложения. Знать функции изложения: повествовательно- описательную, доказательную, логическую и их роль в формировании культуры личности.

Основные понятия:

1. Формы устного изложения:

- монологическая – рассказ, сообщение, лекция;
- диалогическая – беседа;

2. Функции изложения:

- повествовательно-описательная;
- доказательная;
- логическая.

Под технологией процесса обучения понимается совокупность приемов, способов действия, используемых преподавателями для формирования культуры личности.

Эффективен эвристический метод преподавания. Организация занятия предполагает, что преподаватель ставит проблему, формулирует противоречия, помогает занимающимся обнаружить проблемную ситуацию, делит изложение материала на постепенно усложняющиеся этапы, а студенты самостоятельно делают «открытия» на каждом этапе. Такая структура при эвристическом методе соответствует этапам мыслительной деятельности.

Преподаватель, подбадривая занимающихся, настраивает на то, что задача посильна для них, что все получится, что они способны хорошо работать, и не ограничивает, не связывает мышление студентов, не ставит перед ними барьеров типа: «материал сложный, получится не у всех», «вряд ли многие решат эту задачу», «самим разобраться трудно – обращайтесь за помощью».

Проблемный метод – при этом методе преподаватель начинает изложение нового материала с постановки вопроса. Затем, рассуждая вслух, высказывает предположения, различные точки зрения и обсуждает их со

студентами, доказывает истину экспериментом, проведенным самими студентами, или рассказывает об исследованиях, проведенных учеными, стараясь сделать обучаемых соучастниками научного поиска.

Наглядным называется такое обучение, *при котором представления и понятия формируются у студентов на основе непосредственного восприятия изучаемых ими явлений с помощью их изображений*. Наглядное обучение на занятиях играет особую роль. Студенты лишены возможности непосредственно взаимодействовать с объектом

исследования. Поэтому важным способом закрепления знаний выступает наглядность, визуализация предмета обсуждения. В обучении используются многообразные наглядные средства, где можно выделить 3 группы: предметные, изобразительные, условно-графические.

Репродуктивный метод создает лишь базу знаний; используя его, преподаватель сам излагает факты, формулирует доказательства и выводы, сам акцентирует внимание на главном, сам ведет студентов по тропе познания, требуя от них простого воспроизведения, сказанного преподавателем.

Продуктивные методы способствуют развитию интеллектуальных, эмоциональных и волевых качеств эстетического сознания. Частично- поисковый, проблемный и исследовательский методы способствуют развитию как наглядно-образного, логического мышления, так и творческого. Организация обратной связи – наиболее трудная часть работы преподавателя. Так, например, *опрос предполагает развитие языковой культуры и мышления, способности давать развернутый, полный, логически последовательный и аргументированный ответ. Мы не можем ограничиться только изложением фактов, главное в ответе студента – рассуждения, самостоятельный анализ, объяснение явлений.*

Одним из видов технологии процесса обучения является игра. Игра по своей природе представляет собой деятельность человека – труд, познание, общение. Сущность игры – имитация, то есть деятельность, предполагающая создание относительно достоверной модели действительности.

В сценарии обучающей игры преподаватель определяет её трудовой репертуар, формирует задачи, стоящие перед студентами, исполняющими определенные роли, а также возможности импровизации. Одним из вариантов обучающей игры является участие студентов в составлении и решении кроссвордов, чайнвордов.

Одной из форм технологии процесса обучения, является дистанционное обучение. Компьютер в современных условиях обеспечивает наглядность информативного материала, обеспечивает высокую мобильность

предъявляемой для осмыслиения учебной информации. Не порывая с чувственно-наглядным уровнем восприятия предъявляемой информации, студент получает возможность охватывать такие ненаглядно, нечувственно данные объекты, как общности, системы. С помощью компьютера преподаватели осуществляют контроль за усвоением студентами учебного материала, управляют текущим учебным процессом, проводят работу студентов с компьютером в режиме самообучения при обеспечении дозированной выдачи информации.

Средством текущего контроля и определения качества учебной деятельности студентов служит оценка преподавателя дисциплины выполненных студентами заданий и работ:

- исследовательских проектов
- устных ответов в ходе семинарских занятий,
- выступлений с докладами;
- выполненных рефератов;

- прорецензованных статей и пр.;
- выполненных творческих заданий и др.

Накопительная система оценки используется при промежуточной аттестации наряду с традиционной формой зачета.

К зачету студентам предоставляется учебная программа курса, перечень вопросов, отражающих содержание аудиторной и самостоятельной работы в течение семестра. Вопросы (подписанные и утвержденные на заседании кафедры) предлагаются студентам для предварительного знакомства не позднее 2-х недель до начала аттестации.

Обеспечение студентов инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья:

Для лиц с нарушением зрения:

1. в печатной форме увеличенным шрифтом
2. в форме электронного документа
3. в форме аудиофайла
4. в печатной форме на языке Брайля

Для лиц с нарушением слуха:

1. в печатной форме
2. в форме электронного документа

Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата:

1. в печатной форме
2. в форме электронного документа
3. в форме аудиофайла

11.2

Методические указания для студентов

Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления ученика, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом. Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Студенту предоставляется возможность работать во время учебы более самостоятельно, чем учащимся в средней школе. Студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Этапы самостоятельной работы:

- осознание учебной задачи, которая решается с помощью данной

самостоятельной работы;

- ознакомление с инструкцией о её выполнении;
- осуществление процесса выполнения работы;
- самоанализ, самоконтроль;
- проверка работ студента, выделение и разбор типичных преимуществ и ошибок.

Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом учебного процесса для каждого студента и определяется учебным планом. При определении содержания самостоятельной работы студентов следует учитывать их уровень самостоятельности и требования к уровню самостоятельности выпускников для того, чтобы за период обучения искомый уровень был достигнут. Так, удельный вес самостоятельной работы на очном отделении составляет до 50% от количества аудиторных часов, отведённых на изучение дисциплины, на заочном отделении количество часов, отведенных на освоение дисциплины, увеличивается до 90%.

Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ и учебных методических комплексов дисциплин содержанием учебной дисциплины.