ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A2C30F99EF9D0306EA3C0F012BEB925E
Владелец: Чанкаев Мурат Хасанович
Действителен: с 02.04.2026 до 26.06.2027

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

Факультет физической культуры

УТВЕРЖДАЮ
И. о. проректора по УР
М. Х. Чанкаев
«29» апреля 2026 г., протокол № 7

Рабочая программа дисциплины

Реклама в социально-культурном сервисе и туризме

(наименование дисциплины (модуля)

Направление подготовки

43.03.02 – Туризм

(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки

Технология и организация экскурсионных услуг

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

Очная/заочная

Год начала подготовки - 2022

(по учебному плану)

Карачаевск, 2026

Составитель: доц., к.п.н. Семенова А.О.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 №516, с изменениями и дополнениями от 26 ноября 2020 г., 8 февраля 2021 г.; образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, профиль – «Технология и организация экскурсионных услуг»; локальными актами КЧГУ.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры теоретических основ физической культуры и туризма на 2026-2027 учебный год, протокол №8 от 28 апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля)....4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4
3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы....5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся....5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов....6
5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий....6
(в академических часах) 6
5.2. Тематика лабораторных занятий 9
5.3. Примерная тематика курсовых работ....9
6. Образовательные технологии 9
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)....10
7.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций....10
7.2. Типовые контрольные задания или иные учебно-методические материалы, необходимые для оценивания степени сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины 12
7.2.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:....12
7.2.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (экзамен) 13
7.2.3. Бально-рейтинговая система оценки знаний обучающихся 14
8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса....16
9. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля) 16
10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля) 17
10.1. Общесистемные требования 17
10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 18
10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения 18
10.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы..19
11.Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья....19
12. Лист регистрации изменений....21

1. Наименование дисциплины (модуля)

Реклама в социально-культурном сервисе и туризме

Целями освоения дисциплины является формирование у студентов представления об основах рекламной деятельности, ее специфике в сфере социально-культурного сервиса и туризма.

Для достижения цели ставятся задачи:

– знакомстве с теоретико-методологическими основами общей рекламы и рекламы в сервисе и туризме;

– формировании предметного знания о планировании, разработке, распространении, реализации, определении эффективности рекламы и туристского продукта;

– анализе конкретного рекламного материала (визуального, информационного, листового, картографического) по вопросам развития рекламы в сервисе и туризме.

Цели и задачи дисциплины определены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (квалификация – «бакалавр»).

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОП ВОбакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю):

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ПООП/ ООП	Индикаторы достижения компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
ПК-2	Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий.	ПК.Б-2.1. Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта ПК.Б-2.2. Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.	**Знать:** особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов; **Уметь:** выявлять и анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний. **Владеть:** навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.
ПК-3	Способен организовать	ПК.Б-3.1. Организует	**Знать:** особенности

	процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиент ориентированных технологий.	процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг. ПК.Б-3.2. Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты. ПК.Б-3.3. Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания	продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;
			Уметь: выявлять и анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний.
			Владеть: навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «**Реклама в социально-культурном сервисе и туризме»** относится к Б1.В.15 по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, профиль «Технология и организация экскурсионных услуг».
Дисциплина (модуль) изучается на 4 курсе, 7 семестр (для очной и заочной форм обучения).

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО	
Индекс	Б1.В.15
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Данная дисциплина базируется на знаниях обучающихся, полученных в результате освоения дисциплин: «Введение в специальность», «Организация туристкой деятельности».	
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Знания, полученные в результате освоения данной дисциплины могут быть использованы для изучения дисциплин «Развитие регионального туризма» и др.	

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 4 ЗЕТ, 144 академических часов.

Объём дисциплины	Всего часов	
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего)		
Аудиторная работа (всего):	72	12
в том числе:		
лекции	36	6
семинары, практические занятия	36	6
практикумы		
лабораторные работы		
Внеаудиторная работа:		
курсовые работы		
консультация перед экзаменом		
Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др.		
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	72	124
Контрольная работа		
Контроль самостоятельной работы		8
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	экзамен	экзамен

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Для очной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)					
		Всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа	Планируемые результаты обучения	Формы текущего контроля
			Лек	Пр	Лаб			
1.	**Раздел 1. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций**							
2.	Понятие о рекламной деятельности.	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
3.	Роль рекламы в обеспечении успешных коммуникаций.	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Доклад с презентацией
4.	Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос

5.	Стимулирование сбыта Паблик рилейшинз.	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Дискуссия
6.	Особенности рекламы в индустрии туризма.	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
7.	**Раздел 2. Законодательные основы рекламной деятельности предприятий туристской индустрии**							
8.	Общая характеристика законодательного регулирования рекламной деятельности. Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламе. Лек	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
9.	Законодательные основы рекламной деятельности предприятий туристской индустрии	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
10.	Модель рекламной коммуникации. Личная продажа. Функции рекламы	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Доклад с презентацией
11.	Понятие недобросовестной, недостоверной, не этичной, скрытой рекламы.	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
12.	**Раздел 3. Классификация рекламы, функционирование и развитие рекламы**							
13.	Признаки классифицирования рекламы	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
14.	Основные цели рекламной кампании для предприятий	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
15.	Функционирование и развитие рекламы	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Доклад с презентацией
16.	Модель рекламной коммуникации. Рекламный процесс: сущность и структура	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
17.	Этапы планирования рекламной кампании	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Дискуссия
18.	**Раздел 4. Рекламные средства, используемые в социально-культурном сервисе и туризме**							
19.	Реклама в прессе. Печат-	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос

	ная реклама. Радио- и телерекла							Дискуссия
20.	Функционирование и развитие рекламы	8	2	2		4		
21.	Рекламный процесс: сущность и структура. Как выбрать рекламное агентство	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
22.	Прямая почтовая рассылка. Наружная реклама. Компьютерная реклама	8	2	2		4	ПК-2, ПК-3	Доклад с презентацией
	Всего	**144**	**36**	**36**		**72**		

Для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)					
		всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа	Планируемые результаты обучения	Формы текущего контроля
			Лек	Пр	Лаб			
1.	**Раздел 1. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций**							
2.	Понятие о рекламной деятельности.	8	2			6	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
3.	Роль рекламы в обеспечении успешных коммуникаций.	8		2		6	ПК-2, ПК-3	Доклад с презентацией
4.	Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций	8				8	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
5.	Стимулирование сбыта Паблик рилейшинз.	8				8	ПК-2, ПК-3	Дискуссия
6.	Особенности рекламы в индустрии туризма.	8				8	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
7.	**Раздел 2. Законодательные основы рекламной деятельности предприятий туристской индустрии**							
8.	Общая характеристика законодательного регулирования рекламной деятельности. Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламе. Лек	8	2			6	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
9.	Законодательные основы рекламной деятельности предприятий туристской индустрии	8		2		6	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
10.	Модель рекламной коммуникации. Личная продажа. Функции рекламы	8				8	ПК-2, ПК-3	Доклад с презентацией
11.	Понятие недобросовест-	8				8	ПК-2, ПК-3	Устный опрос

	ной, недостоверной, не этичной, скрытой рекламы.							
12.	**Раздел 3. Классификация рекламы, функционирование и развитие рекламы**							
13.	Признаки классифицирования рекламы	8	2			6	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
14.	Основные цели рекламной кампании для предприятий	8		2		6	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
15.	Функционирование и развитие рекламы	8				8	ПК-2, ПК-3	Доклад с презентацией
16.	Модель рекламной коммуникации. Рекламный процесс: сущность и структура	8				8	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
17.	Этапы планирования рекламной кампании	8				8	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
18.	**Раздел 4. Рекламные средства, используемые в социально-культурном сервисе и туризме**							
19.	Реклама в прессе. Печатная реклама. Радио- и телерекла	8				8	ПК-2, ПК-3	Устный опрос Дискуссия
20.	Функционирование и развитие рекламы	8				8	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
21.	Рекламный процесс: сущность и структура.	6				6	ПК-2, ПК-3	Устный опрос
22.	Прямая почтовая рассылка. Наружная реклама. Компьютерная реклама	6				6	ПК-2, ПК-3	Доклад с презентацией
23.	Контроль	4				4		
	Всего	**144**	**6**	**6**		**124+4**		

5.2. Тематика лабораторных занятий

Учебным планом не предусмотрены

5.3. Примерная тематика курсовых работ

Учебным планом не предусмотрено

6. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий по дисциплине используются традиционные и инновационные, в том числе информационные образовательные технологии, включая при необходимости применение активных и интерактивных методов обучения.

Информационные образовательные технологии реализуются в процессе использования электронно-библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов и элементов электронного обучения в электронной информационно-образовательной среде для активизации учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся.

Методические рекомендации по проведению различных видов практических (семинарских) занятий.

1. Доклад с презентацией

Презентация – самый эффективный способ донесения важной информации как в разговоре «один на один», так и при публичных выступлениях. Слайд-презентации с использованием мультимедийного оборудования позволяют эффективно и наглядно представить содержание изучаемого материала, выделить и проиллюстрировать сообщение, которое несет поучительную информацию, показать ее ключевые содержательные пункты. Использование интерактивных элементов позволяет усилить эффективность публичных выступлений.

2.Дискуссия

Как интерактивный метод обучения означает исследование или разбор. Образовательной дискуссией называется целенаправленное, коллективное обсуждение конкретной проблемы (ситуации), сопровождающейся обменом идеями, опытом, суждениями, мнениями в составе группы обучающихся.

Как правило, дискуссия обычно проходит три стадии: ориентация, оценка и консолидация. Последовательное рассмотрение каждой стадии позволяет выделить следующие их особенности.

Стадия ориентации предполагает адаптацию участников дискуссии к самой проблеме, друг другу, что позволяет сформулировать проблему, цели дискуссии; установить правила, регламент дискуссии.

В стадии оценки происходит выступление участников дискуссии, их ответы на возникающие вопросы, сбор максимального объема идей (знаний), предложений, пресечение преподавателем (арбитром) личных амбиций отклонений от темы дискуссии.

Стадия консолидации заключается в анализе результатов дискуссии, согласовании мнений и позиций, совместном формулировании решений и их принятии.

В зависимости от целей и задач занятия, возможно, использовать следующие виды дискуссий: классические дебаты, экспресс-дискуссия, текстовая дискуссия, проблемная дискуссия, ролевая (ситуационная) дискуссия.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Качественные критерии оценивание			
		2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
ПК-2					
Базовый	**Знать:** особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;	Не знает особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;	В целом знает особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;	Знает особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;	
	Уметь: выявлять и анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабаты-	Не умеет анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мero-	В целом умеет анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать	Умеет анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мероприятия	

	вать мероприятия по корректировке рекламных компаний.	приятия по корректировке рекламных компаний.	мероприятия по корректировке рекламных компаний.	по корректировке рекламных компаний.	
	Владеть: навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.	Не владеет навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.	В целом владеет навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.	Владеет навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.	
Повышенный	**Знать:** особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;				В полном объеме знает особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;
	Уметь: выявлять и анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний.				Умеет в полном объеме анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний.
	Владеть: навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.				В полном объеме владеет навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.
			ПК-3		
Базовый	**Знать:** особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;	Не знает особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;	В целом знает особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;	Знает особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;	
	Уметь: выявлять и анализировать особенности того или иного туристского	Не умеет анализировать особенности того или иного туристского продукта; раз-	В целом умеет анализировать особенности того или иного туристского продукта;	Умеет анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабаты-	

	продукта; разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний.	рабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний.	разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний.	вать мероприятия по корректировке рекламных компаний.	
	Владеть: навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.	Не владеет навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.	В целом владеет навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.	Владеет навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.	
Повышенный	**Знать:** особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;				В полном объеме знает особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов;
	Уметь: выявлять и анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний.				Умеет в полном объеме анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний.
	Владеть: навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.				В полном объеме владеет навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий.

7.2. Типовые контрольные задания или иные учебно-методические материалы, необходимые для оценивания степени сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины

7.2.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:

1. Планирование рекламного мероприятия в социально-культурном сервисе и туризме.
2. Организация рекламного мероприятия в социально-культурном сервисе и туризме.
3. Эффективность рекламных мероприятий в туризме.
4. Оценка эффективности рекламных мероприятий в туризме.
5. Анализ методов продвижения продуктов и услуг в туризме.
6. Отслеживание реакции покупателя на рекламу продукта.

7. Установление личных отношений с клиентами.

Критерии оценки доклада, сообщения, реферата:

Отметка «отлично» за письменную работу, реферат, сообщение ставится, если изложенный в докладе материал:

- отличается глубиной и содержательностью, соответствует заявленной теме;
- четко структурирован, с выделением основных моментов;
- доклад сделан кратко, четко, с выделением основных данных;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы.

Отметка «хорошо» ставится, если изложенный в докладе материал:

- характеризуется достаточным содержательным уровнем, но отличается недостаточной структурированностью;
- доклад длинный, не вполне четкий;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы только после наводящих вопросов, или не на все вопросы.

Отметка «удовлетворительно» ставится, если изложенный в докладе материал:

- недостаточно раскрыт, носит фрагментарный характер, слабо структурирован;
- докладчик слабо ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по теме доклада не были получены ответы или они не были правильными.

Отметка «неудовлетворительно» ставится, если:

- доклад не сделан;
- докладчик не ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по выполненной работе не были получены ответы или они не были правильными.

7.2.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (экзамен)

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. Планирование рекламной деятельности: сущность и этапы
8. Рекламные исследования : этапы и направления
9. Определение целей рекламы в области сбыта и коммуникации
10. Радиореклама: преимущества, недостатки, разновидности
11. Рекламная тема и рекламный слоган, рекламный образ
12. Стадии рекламной деятельности
13. Структура рекламного обращения (РО)
14. Форма РО: сущность и рекомендации по разработке
15. Цвет и стиль в рекламном обращении
16. Задачи выбора средств распространения рекламы. Факторы, влияющие на выбор.
17. Периодичность рекламных обращений
18. Аудиовизуальная реклама: сущность и разновидности
19. Факторы, определяющие общий объем средств на рекламу
20. Методы формирования рекламного бюджета
21. Комплекс маркетинговых коммуникаций: сущность, структура и назначение
22. реклама и ПР (сравнительная характеристика)
23. Определение эффективности рекламы
24. Экономическая эффективность
25. Коммуникативная эффективность

26. Классификация основных средств распространения рекламы
27. Особенности рекламы в прессе. Выбор издания
28. Месторасположение и размеры рекламного обращения
29. Классификация и особенности печатной рекламы
30. Телереклама: преимущества, недостатки, разновидности
31. Почтовая реклама. Разновидности почтовой рекламы
32. Рекламные сувениры. Наружная реклама
33. Компьютеризированная реклама
34. Реклама на выставках, ярмарках
35. Имидж туристского предприятия как средство рекламы
36. Фирменный стиль ТП: сущность, цели, основные элементы
37. Товарный знак: сущность, правовой статус, типы
38. Функции товарного знака
39. Организация приема посетителей ТП
40. Регулирование рекламной деятельности
41. Рекламное обращение: требования к разработке и основные решения по формированию РО
42. Недобросовестная реклама
43. Недостоверная реклама
44. Неэтичная реклама
45. Заведомо ложная реклама

Критерии оценки устного ответа на вопросы по дисциплине:

✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 4 - балла - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 3 балла – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 2 балла – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

7.2.3. Бально-рейтинговая система оценки знаний обучающихся

Согласно Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся баллы выставляются в соответствующих графах журнала (см. «Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы») в следующем порядке:

«Посещение» - 2 балла за присутствие на занятии без замечаний со стороны преподавателя; 1 балл за опоздание или иное незначительное нарушение дисциплины; 0 баллов за пропуск одного занятия (вне зависимости от уважительности пропуска) или опоздание более чем на 15 минут или иное нарушение дисциплины.

«Активность» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем за демонстрацию студентом знаний во время занятия письменно или устно, за подготовку домашнего задания, участие в дискуссии на заданную тему и т.д., то есть за работу на занятии. При этом преподаватель должен опросить не менее 25% из числа студентов, присутствующих на практическом занятии.

«Контрольная работа» или «тестирование» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем по результатам контрольной работы или тестирования группы, проведенных во внеаудиторное время. Предполагается, что преподаватель по согласованию с деканатом проводит подобные мероприятия по выявлению остаточных знаний студентов не реже одного раза на каждые 36 часов аудиторного времени.

«Отработка» - от 0 до 2 баллов выставляется за отработку каждого пропущенного лекционного занятия и от 0 до 4 баллов может быть поставлено преподавателем за отработку студентом пропуска одного практического занятия или практикума. За один раз можно отработать не более шести пропусков (т.е., студенту выставляется не более 18 баллов, если все пропущенные шесть занятий являлись практическими) вне зависимости от уважительности пропусков занятий.

«Пропуски в часах всего» - количество пропущенных занятий за отчетный период умножается на два (1 занятие=2 часам) (заполняется делопроизводителем деканата).

«Пропуски по неуважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Попуски по уважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Корректировка баллов за пропуски» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Итого баллов за отчетный период» - сумма всех выставленных баллов за данный период (графа заполняется делопроизводителем деканата).

Таблица перевода балльно-рейтинговых показателей в отметки традиционной системы оценивания

Соотношение часов лекционных и практических занятий	0/2	1/3	1/2	2/3	1/1	3/2	2/1	3/1	2/0	Соответствие отметки коэффициенту
Коэффициент соответствия балльных показателей традиционной отметке	1,5	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	«зачтено»
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	«удовлетворительно»
	2	1,75	1,65	1,6	1,5	1,4	1,35	1,25	-	«хорошо»
	3	2,5	2,3	2,2	2	1,8	1,7	1,5	-	«отлично»

Необходимое количество баллов для выставления отметок («зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично») определяется произведением реально проведенных аудиторных часов (n) за отчетный период на коэффициент соответствия в зависимости от соотношения часов лекционных и практических занятий согласно приведенной таблице.

«Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы» заполняется преподавателем на каждом занятии.

В случае болезни или другой уважительной причины отсутствия студента на занятиях, ему предоставляется право отработать занятия по индивидуальному графику.

Студенту, набравшему количество баллов менее определенного порогового уровня, выставляется оценка "неудовлетворительно" или "не зачтено". Порядок ликвидации за-

должностей и прохождения дальнейшего обучения регулируется на основе действующего законодательства РФ и локальных актов КЧГУ.

Текущий контроль по лекционному материалу проводит лектор, по практическим занятиям – преподаватель, проводивший эти занятия. Контроль может проводиться и совместно.

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса

8.1. Основная литература:

1. Абабков, Ю. Н. Реклама в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова; под редакцией Е. И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 170 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 9785-16-004905-2.- URL:https://znanium.com/catalog/product/1072132

2. Бухтерева, О. С. Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / О.С. Бухтерева. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 128 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-004409-5.-URL https://znanium.com/catalog/product/929670

8.2. Дополнительная литература:

1. Дурович, А. П. Реклама в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 158 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-015516-6.-URL: https://znanium.com/catalog/product/1039322

2. Сарафанова, Е. В. Маркетинг в туризме: учебное пособие / Е. В. Сарафанова, А. В. Яцук. - Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 240 с.: ил. - ISBN 978-5-98281-124-0. - - URL: https://znanium.com/catalog/product/238719

9. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: краткое, схематичное, последовательное фиксирование основных положений, выводов, формулировок, обобщений; выделение ключевых слов, терминов. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросы, терминов, материала, вызывающего трудности. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом
Контрольная работа/ индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Реферат	Реферат: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному во-

	просу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Коллоквиум	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
Самостоятельная работа	Проработка учебного материала занятий лекционного и семинарского типа. Изучение нового материала до его изложения на занятиях. Поиск, изучение и презентация информации по заданной теме, анализ научных источников. Самостоятельное изучение отдельных вопросов тем дисциплины, не рассматриваемых на занятиях лекционного и семинарского типа. Подготовка к текущему контролю, к промежуточной аттестации.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

10.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

Адрес официального сайта университета: http://kchgu.ru.

Адрес размещения ЭИОС ФГБОУ ВО «КЧГУ»: https://do.kchgu.ru.

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 238 от 23.04.2024 г. Электронный адрес: https://znanium.com	от 12.05.2026г. до 11.05.2026г.
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № 36 от 19.01.2024 г. Электронный адрес: https://e.lanbook.com	от 11.02.2025г. до 11.02.2026г
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система КЧГУ. Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1. Электронный адрес: http://lib.kchgu.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Национальная электронная библиотека (НЭБ). Договор №101/НЭБ/1391-п от 22. 02. 2023 г. Электронный адрес: http://rusneb.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU». Лицензионное соглашение №15646 от 21.10.2016 г. Электронный адрес: http://elibrary.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Электронный ресурс Polpred.comОбзор СМИ. Соглашение. Бесплатно. Электронный адрес: http://polpred.com	Бессрочный

10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

369200, Карачаево-Черкесская Республика, г.Карачаевск, ул.Ленина,29 корпус 3, ауд. 94

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, занятий по практикам, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
Специализированная мебель:
столы ученические, стулья, доска меловая.
Технические средства обучения: переносной экран настенный с электроприводом, проектор, ноутбук.

369200, Карачаево-Черкесская Республика, г.Карачаевск, ул.Ленина,29 корпус 3, ауд. 97

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
Специализированная мебель:
столы ученические, стулья, доска меловая.
Технические средства обучения: переносной экран настенный с электроприводом, проектор, ноутбук. Плакаты, муляжи, скелет человека.

369200, Карачаево-Черкесская республика, г. Карачаевск, ул. Ленина, 29. Учебный корпус № 3, ауд. 98

Учебная аудитория для самостоятельной работы обучающихся.
Специализированная мебель:
столы ученические, стулья, доска маркерная.
Технические средства обучения: персональные компьютеры с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета, переносной экран настенный с электроприводом, проектор, ноутбук.

10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

1. ABBY FineReader (лицензия №FCRP-1100-1002-3937), бессрочная.
2. Calculate Linux (внесён в ЕРРП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная.
3. GNU Image Manipulation Program (GIMP) (лицензия: №GNU GPLv3), бессрочная.
4. Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная.
5. Kaspersky Endpoint Security (Договор №56/2023 от 25 января 2023г.). Действует до 03.03.2025г.
6. Microsoft Office (лицензия №60127446), бессрочная.
7. Microsoft Windows (лицензия №60290784), бессрочная.

10.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Современные профессиональные базы данных

1. Федеральный портал «Российское образование»- https://edu.ru/documents/
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – http://school-collection.edu.ru/
3. Базы данных Scopus издательства Elsevir http://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic.

Информационные справочные системы

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - http://fgosvo.ru.
2. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) – http://edu.ru.
3. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – http://school-collection.edu.ru.
4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (ИС «Единое окно») – http://window/edu.ru.

11.Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В группах, в состав которых входят студенты с ОВЗ, в процессе проведения учебных занятий создается гибкая, вариативная организационно-методическая система обучения, адекватная образовательным потребностям данной категории обучающихся, которая позволяет не только обеспечить преемственность систем общего (инклюзивного) и высшего образования, но и будет способствовать формированию у них компетенций, предусмотренных ФГОС ВО, ускорит темпы профессионального становления, а также будет способствовать их социальной адаптации.

В процессе преподавания учебной дисциплины создается на каждом занятии толерантная социокультурная среда, необходимая для формирования у всех обучающихся гражданской, правовой и профессиональной позиции соучастия, готовности к полноценному общению, сотрудничеству, способности толерантно воспринимать социальные, личностные и культурные различия, в том числе и характерные для обучающихся с ОВЗ.

Посредством совместной, индивидуальной и групповой работы формируется у всех обучающихся активная жизненная позиции и развитие способности жить в мире разных людей и идей, а также обеспечивается соблюдение обучающимися их прав и свобод и признание права другого человека, в том числе и обучающихся с ОВЗ на такие же права.

В процессе овладения обучающимися с ОВЗ компетенциями, предусмотренными рабочей программой дисциплины преподаватель руководствуется следующими принципами построения инклюзивного образовательного пространства:

– Принцип индивидуального подхода, предполагающий выбор форм, технологий, методов и средств обучения и воспитания с учетом индивидуальных образовательных потребностей каждого из обучающихся с ОВЗ, учитывающими различные стартовые возможности данной категории обучающихся (структуру, тяжесть, сложность дефектов развития).

– Принцип вариативной развивающей среды, который предполагает наличие в процессе проведения учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся необходимых развивающих и дидактических пособий, средств обучения, а также организацию безбарьерной среды, с учетом структуры нарушения в развитии (наврушения опорно-двигательного аппарата, зрения, слуха и др.).

– Принцип вариативной методической базы, предполагающий возможность и способность использования преподавателем в процессе овладения обучающимися с ОВЗ

данной учебной дисциплиной, технологий, методов и средств работы из смежных областей, применение методик и приемов тифло-, сурдо-, логопедии.

– Принцип самостоятельной активности обучающихся с ОВЗ, предполагающий обеспечение самостоятельной познавательной активности данной категории обучающихся посредством дополнения раздела РПД «Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине» заданиями, учитывающими различные стартовые возможности данной категории обучающихся (структуру, тяжесть, сложность дефектов развития).

В группах, в состав которых входят обучающиеся с ОВЗ, в процессе проведения учебных занятий осуществляется учет наиболее типичных проявлений психоэмоционального развития, поведенческих особенностей, свойственных обучающимся с ОВЗ:повышенной утомляемости, инертности эмоциональных реакций, нарушений психомоторной сферы, недостаточное развитие вербальных и невербальных форм коммуникации. В отдельных случаях учитывается их склонность к перепадам настроения, аффективность пове дения, повышенный уровень тревожности, склонность к проявлениям агрессии, негативизма.

В группах, в состав которых входят обучающиеся с ОВЗ, в процессе учебных занятий используются технологии, направленные на диагностику уровня и темпов профессионального становления обучающихся с ОВЗ, а также технологии мониторинга степени успешности формирования у них компетенций, предусмотренных ФГОС ВО при изучении данной учебной дисциплины, используя с этой целью специальные оценочные материалы и формы проведения промежуточной и итоговой аттестации, специальные технические средства, предоставляя обучающимся с ОВЗ дополнительное время для подготовки ответов, привлекая тьютеров).

Материально-техническая база для реализации программы:

1.Мультимедийные средства:

- интерактивные доски «Smart Boarfd», «Toshiba»;
- экраны проекционные на штативе 280*120;
- мультимедиа-проекторы Epson, Benq, Mitsubishi, Aser;

2.Презентационное оборудование:

- радиосистемы AKG, Shure, Quik;
- видеокомплекты Microsoft, Logitech;
- микрофоны беспроводные;
- класс компьютерный мультимедийный на 21 мест;
- ноутбуки Aser, Toshiba, Asus, HP;

Наличие компьютерной техники и специального программного обеспечения: имеются рабочие места, оборудованные рельефно-точечными клавиатурами (шрифт Брайля), программное обеспечение NVDA с функцией синтезатора речи, видеоувеличителем, клавиатурой для лиц с ДЦП, роллером Распределение специализированного оборудования.

12. Лист регистрации изменений

Изменение	Дата и номер ученого совета факультета/института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения
Обновлен договор: 1.Договор № 332 ЭБС ООО «Знаниум» от 02.06.2025г. Действует до 11.06.2026г.		03.06.2026г. протокол № 8