

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н. И. Лобачевского»

Институт международных отношений и мировой истории

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

М. И. Рыхтик

«_____» _____ 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.05.02 Рекламная и выставочная деятельность в туризме

(наименование дисциплины)

Уровень высшего образования

бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

43.03.02 «Туризм»

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

Международный и деловой туризм

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

очная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2022 год

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплины (модули) по выбору (ДВ.5).

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПКР-4 Способен продвигать региональные туристские кластеры на внутренний и международный рынок	ИПКР-4.1. Определяет цели продвижения.	<i>Уметь</i> обосновать выбор рекламных средств; составлять портрет целевой аудитории <i>Знать</i> рынок рекламы и его участников; основные виды рекламных средств; правила разработки рекламных сообщений; <i>Владеть</i> навыками выбора основных средств распространения рекламной продукции для предприятия туризма	Тест, Проект рекламной кампании по продвижению туристского продукта
	ИПКР-4.2. Обосновывает виды и средства продвижения.	<i>Уметь</i> составлять проект рекламной кампании туристического продукта с учетом особенностей целевой аудитории; <i>Знать</i> приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения. <i>Владеть</i> навыком разработки мероприятий по корректировке рекламных кампаний	Тест, Проект рекламной кампании по продвижению туристского продукта

2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану	144
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	12
- занятия семинарского типа	12
самостоятельная работа	82
Контактная работа в рамках промежуточной аттестации в форме КСР (контроля самостоятельной работы)	2
Подготовка к промежуточной аттестации (экзаменам)	36
Промежуточная аттестация	Экзамен

2.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)	В том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающихся,
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	
Тема 1. Реклама в комплексе маркетинга	4	2			2
Тема 2. Современный рекламный процесс. Индустрия рекламы в Нижнем Новгороде.	4		2		2
Тема 3. Реклама в индустрии туризма	4	2			2
Тема 5. Типы рекламных исследований	4	2			2
Тема 6. Анализ целевой аудитории	4		2		2
Тема 7. Принятие решений о рекламном обращении.	4	2			2
Тема 8. Выбор средств распространения рекламы	6		2		4
Тема 9. Позиционирование в рекламе. Фирменный стиль в рекламе	4	2			2
Тема 10. Разработка рекламного бюджета.	4		2		2
Тема 11. Оценка эффективности рекламной деятельности.	4	2			2
Тема 12. Реклама на выставках и ярмарках.	4		2		2
Тема 13. Имидж туристского предприятия как средства рекламы.	4		2		2
Тема 14. Регулирование рекламной деятельности.	6	2			4
Тема 15. Проект рекламной кампании туристского продукта.	6		2		4
Контактная работа в рамках промежуточной аттестации в форме КСР (контроля самостоятельной работы)	2				
Подготовка к промежуточной аттестации (экзаменам)	36				
Итого	144	12	12	24	78

Содержание разделов дисциплины:

Тема 1. Реклама в комплексе маркетинга.

Понятие маркетинга и рекламы, их соотношение. Сущность и определение рекламы. Место рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций. Функции рекламы. Характеристика современного рекламного процесса. Рекламные агентства. Виды агентств. Агентства полного цикла и специализированные агентства. Сетевые агентства. Собственное рекламное агентство компании. Поставщики рекламных агентств (дизайнеры, издатели, исследовательские компании).

Тема 2. Современный рекламный процесс.

Рынок современной российской рекламы. Современные тенденции и тренды развития рекламы. Участники рекламного процесса. Рынок рекламы в Нижнем Новгороде. Виды рекламных агентств в Нижнем Новгороде. Структура и услуги рекламных агентств. Работа с рекламодателями.

Тема 4. Реклама в индустрии туризма.

Особенности рекламы в индустрии туризма. Виды туристской рекламы. Планирование рекламной деятельности гостиничного предприятия.

Тема 5. Типы рекламных исследований.

Информационное обеспечение рекламной деятельности. Сущность и направления рекламных исследований.

Тема 6. Анализ целевой аудитории.

Понятие целевой и ключевой аудитории. Лидеры мнения. Методы составления портрета целевой аудитории. Написание истории потребителя.

Тема 7. Принятие решений о рекламном обращении.

Содержание рекламного сообщения. Компоненты успешной рекламы: резонанс и значимость. Мотивы и стили рекламы. Юмористический мотив, мотив страха, мотив сексуальной привлекательности. Рекламные приемы. Цвет в рекламе. Составление рекламных текстов. Невербальные средства рекламы.

Тема 8. Выбор средств распространения рекламы. Л +с

Достоинства и недостатки разных видов рекламы. Реклама в традиционных и новых медиа.

Тема 9. Позиционирование в рекламе. Фирменный стиль в рекламе.

Концептуальные подходы к формулированию рекламной коммуникации. Понятие позиционирования и репозиционирования. Стратегии позиционирования. Значение и компоненты фирменного стиля. Торговая марка и бренд.

Тема 10. Разработка рекламного бюджета. С

Стратегия планирования бюджета рекламных мероприятий. Способы определения рекламного бюджета, их достоинства, недостатки, условия эффективного использования.

Тема 11. Оценка эффективности рекламной деятельности.

Понятие эффективности рекламной деятельности. Методы оценки эффективности рекламы. Экономический и коммуникативный метод.

Тема 12. Реклама на выставках и ярмарках. Л

Специфика выставочной деятельности. Классификация туристских выставок. Основные этапы организации выставочной деятельности. Планирование и оформление выставочной площади. Российские туристские выставки.

Тема 13. Имидж туристского предприятия как средство рекламы. С

Формирование имиджа гостиничного предприятия. Фирменный стиль гостиничного предприятия. Товарный знак – центральный элемент фирменного стиля. Оформление офиса. Организация приема посетителей.

Тема 14. Регулирование рекламной деятельности.

Правовой и добровольный контроль рекламной деятельности. Государственное регулирование рекламной деятельности. Общие вопросы регулирования рекламной деятельности. Специфические вопросы регулирования рекламы в России. Добровольное (негосударственное) регулирование рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной отрасли. Рекламные объединения и ассоциации.

Тема 15. Проект рекламной компании туристского продукта.

Основные подходы в разработке концепций рекламных кампаний в индустрии гостеприимства. Планирование рекламных мероприятий во времени и выбор рекламной тактики. Составление плана использования средств рекламы (медиаплана): выбор конкретного средства рекламы, конкретного рекламоносителя, варианта размещения рекламы, разработка календарного плана подачи рекламы. Обоснование выбора средств распространения рекламы. Стратегия планирования бюджета рекламных мероприятий. Способы определения рекламного бюджета, их достоинства, недостатки, условия эффективного использования

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа, Промежуточная аттестация проходит в традиционных форма (экзамен).

2.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

- Подготовка отчета на тему «Обзор рекламных агентств Нижнего Новгорода»..
- Конструирование рекламного сообщения.
- Доклад-презентация «Особенности туристической рекламы...» (на примере одной из стран)
- Проект-презентация рекламной кампании туристического продукта.

Цель самостоятельной работы - подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Изучение понятийного аппарата дисциплины. Одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и правильное применение профессиональной терминологии. Лучшему усвоению и пониманию дисциплины помогут различные словари, справочники и другие материалы, указанные в списке рекомендуемой литературы.

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Таких, как «Рекламное сообщение», «Международная реклама», «Проект рекламной кампании туристского продукта». Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ, раскрытия сущности основных категорий системы валютного регулирования, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

Работа над основной и дополнительной литературой.

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям, материалам периодических изданий. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться записями на практических занятиях.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках. А также обращаться к электронным библиотекам и отдельным тематическим ресурсам.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников. При этом если уже на первых курсах обучения студент определяет для себя наиболее интересные сферы для изучения, то подобная работа будет весьма продуктивной с точки зрения формирования библиографии для последующего написания выпускной квалификационной работы на выпускном курсе.

Самоподготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что данная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми дисциплинами, такими как «PR-технологии в туристическом бизнесе».

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;
- 4) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;
- 5) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных положений, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития. Весьма презентабельным вариантом выступления следует считать его подготовку в среде Power Point, что существенно повышает степень визуализации, а, следовательно, доступности, понятности материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

Самостоятельная работа студента при подготовке к экзамену.

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных специалистов в сфере туризма.

Итоговой формой контроля успеваемости студентов по учебной дисциплине «Реклама в туризме» является экзамен.

Бесспорным фактором успешного завершения очередного модуля является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего периода изучения дисциплины. В этом случае подготовка к экзамену будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к экзамену по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, рекомендуемые в ходе преподавания данной дисциплины. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом сущности того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) подготовки рефератов по отдельным темам, наиболее заинтересовавшие студента;
- в) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- г) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям.

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников (или учебных пособий) оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к экзамену, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам.

В рамках изучения дисциплины «Реклама в туризме» рекомендуется обратить особое внимание на ресурсы, перечисленные в перечне Интернет-ресурсов в п.5.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 4.2.

3. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),
включающий:

3.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция

		сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

Критерии для оценивания результатов тестирования

В процессе проведения тестирования преподаватель внимательно следит за тем, чтобы обучающиеся выполняли задания самостоятельно и не мешали друг другу.

«превосходно» - 96-100% правильных ответов;

«отлично» – 86-95% правильных ответов;

«очень хорошо» - 81-85% правильных ответов;

«хорошо» – 66-80% правильных ответов;

«удовлетворительно» – 56-65% правильных ответов.

«неудовлетворительно» - 46-55% правильных ответов;

«плохо» - 45% и меньше правильных ответов.

Критерии для оценивания выполненных практических заданий

Решение практических заданий включает: изучение условий задачи (описанной ситуации) и ответы на поставленные в задании вопросы.

При выполнении данного задания обучающемуся необходимо использовать теоретический материал изучаемой дисциплины и обосновывать с его помощью свой ответ.

Перед ответом на поставленные в задании вопросы, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с условиями задачи, выявив значимые для нахождения решения обстоятельства.

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
Превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала
Отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
Очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
Хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
Удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
Неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные

	задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
Плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

3.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

3.2.1. Контрольные вопросы, выносимые на экзамен

<i>вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
1. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.	ПКР-4
2. Регулирование рекламного процесса.	ПКР-4
3. Характеристика современного рекламного процесса.	ПКР-4
4. Особенности рекламы в туризме.	ПКР-4
5. Позиционирование в рекламе. Фирменный стиль в рекламе.	ПКР-4
6. Рекламные кампании и планирование рекламной деятельности туристского предприятия.	ПКР-4
7. Информационное обеспечение рекламной деятельности.	ПКР-4
8. Сущность и направления рекламных исследований рекламы	ПКР-4
9. Определение целей рекламы.	ПКР-4
10. Тема и девиз рекламы.	ПКР-4
11. Структура и форма рекламного обращения	ПКР-4
12. Цвет и иллюстрации в рекламном обращении.	ПКР-4
13. Стиль рекламного обращения.	ПКР-4
14. Задачи выбора распространения рекламы и факторы, влияющие на их выбор.	ПКР-4
15. Основные параметры и периодичность рекламных обращений.	ПКР-4
16. Разработка рекламного бюджета.	ПКР-4
17. Оценка эффективности рекламной деятельности.	ПКР-4
18. Реклама в СМИ.	ПКР-4
19. Сувенирная, прямая почтовая и наружная реклама.	ПКР-4
20. Реклама на выставках и ярмарках.	ПКР-4
21. Имидж туристского предприятия как средство рекламы.	ПКР-4
22. Реклама национального туристского продукта.	ПКР-4
23. Регулирование рекламной деятельности.	ПКР-4
24. Особенности рекламы в разных странах мира.	ПКР-4

3.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции

- Экономической основой рекламной деятельности является:
 - потребность рекламодателя в реализации товара;
 - уровень экономического развития производства;
 - товарный рынок;
 - развитие банковского дела.
- Можно ли в рекламной деятельности косвенно дискредитировать товары конкурента?
 - да;
 - нет.
- Кто из участников рекламной деятельности инициирует рекламный процесс?
 - потребитель;
 - средства распространения рекламы;
 - рекламное агентство;
 - рекламодатель.

3.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПКР-

Создание проекта рекламной кампании по продвижению туристского продукта

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Чумиков А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - Доступ из ЭБС «Консультант студента». – Режим доступа : - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html>
2. Ананьева Н.В., Рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ананьева Н.В. - Красноярск : СФУ, 2017. - 198 с. - ISBN 978-5-7638-3733-9 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763837339.html>
3. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс] : Практическое пособие / П.А. Кузнецов - М. : Дашков и К, 2016. - Доступ из ЭБС «Консультант студента». – Режим доступа : - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010682.html>

б) дополнительная литература:

4. Бесплатная реклама: Результат без бюджета [Электронный ресурс] / Иванов А. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Альпина Паблишер, 2016. -- Доступ из ЭБС «Консультант студента». – Режим доступа : - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961451177.html>
5. Всемирная история рекламы [Электронный ресурс] / Тангейт М. - М. : Альпина Паблишер, 2016. -- Доступ из ЭБС «Консультант студента». – Режим доступа : - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961457872.html>
6. Сильный ход: Нестандартные решения в рекламе [Электронный ресурс] / Иванов А. - М. : Альпина Паблишер, 2016. -- Доступ из ЭБС «Консультант студента». – Режим доступа : - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961457483.html>
7. Реклама: Игра на эмоциях [Электронный ресурс] / Иванов А. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - Доступ из ЭБС «Консультант студента». – Режим доступа : - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961452976.html>
8. Структура и язык рекламных текстов [Электронный ресурс] / Е.Н. Сердобинцева - М. : ФЛИНТА, 2016. - . - Доступ из ЭБС «Консультант студента». – Режим доступа : - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976509108.html>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

Сведения о лицензионном обеспечении:

Аудитория	Оборудование/ПО	Документ
103	Рабочая станция AMD FX-6100, клавиатура - Oklich320M, мышь - A4Tech OP-720/ Windows8.1 PRO, Microsoft office 2013 – 5 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 00261-80403-57839-AA190 00261-80403-57839-AA389 00261-80403-57839-AA131 00261-80403-57839-AA623 00261-80403-57839-AA801 Microsoft office 2013: 00216-576000-47723-AA738 00216-57600- 47723-AA240 00216-576000-47723-AA518 00216-576000-47723-AA366 00216-576000-47723-AA086 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
	Рабочая станция DELL Vostro 3900 MTi3-4170 3.7GHz 4Gb 500GbGF705-	Товарная накладная 0400,1 от 12.07.2016

	2GbDVDRW / Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Windows 10 домашняя: 0326-10860-24031-AA693 Microsoft Office 2016: 00340-93324-12686-AA829 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
	Ноутбук Lenovo 15.6" B590G / Windows8.1 PRO, Microsoft Office 2013 – 1 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, Акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 0178-50437-49151-AA242 Microsoft office 2013: 00216-576000-47723-AA662 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
107 (портативное оборудование)	Ноутбук Lenovo 15.6" B590G / Windows8.1 PRO, Microsoft office 2013 – 3 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, Акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 00178-50437-49151-AA944 00178-50437-49151-AA825 00178-50437-49151-AA293 Microsoft office 2013: 00216-57600-47723-AA877 00216-57600-47723-AA856 00216-57600-47723-AA634
207 (аудитория для самостоятельной подготовки)	Windows Vista Business – 6 шт.	Товарная накладная №36 от 29.01.2009, акт №36 от 29 января 2009 Windows Vista Business (1 лицензия на 6 компьютеров): 89576-236-0200005-71680 Консультант+ (некоммерческая интернет-версия) <u>Свободно распространяемое ПО:</u> Adobe Flash Player, Adobe Acrobat Reader, Chrome, Firefox, DjVu
303	Рабочая станция Intel Core i5-3570K, клавиатура - Oklich320M, мышь - A4Tech OP-720 3D/ Windows8.1 PRO, Microsoft Office 2013 – 3 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows 8.1 PRO: 00261-80403-57839-AA873 00261-80403-57839-AA208 00261-80403-57839-AA646 Microsoft office 2013: 00216-57600-47723-AA738 00216-57600-47723-AA240 00216-57600-47723-AA831
	Рабочая станция DELL Vostro 3900 MTi3-4170 3.7GHz 4Gb 500GbGF705-2GbDVDRW/ Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Товарная накладная 0479 от 24.08.2016 Windows 10 домашняя: 003273035957005-AAОЕМ Microsoft office 2016: 00340-80000-00000-AA71
320	Ноутбук DELL Inspiron/ Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Товарная накладная 0400,1 от 12.07.2016 Windows 10 домашняя: 00327-43218-13268-AAОЕМ Microsoft office 2016:

Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Современные проблемы сервиса и туризма // Режим доступа: <http://spst-journal.org>
<https://elibrary.ru/titles.asp>
2. Сервис PLUS // Режим доступа: <http://www.service.plus/jour> <https://elibrary.ru/titles.asp>
3. Все о рекламе, маркетинге и PR // Режим доступа: <http://www.advertology.ru/>
4. Adindex – навигатор рекламного рынка // Режим доступа: <https://adindex.ru/>

5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: ноутбук, проектор.

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

Программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (уровень бакалавриата), профиль «Международный и деловой туризм».

Автор (ы) к., филос., н, доцент Фирулина Е.Г.

Рецензент (ы)

Заведующий кафедрой_проф. Фортунатов А.Н.