

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Реклама в гостиничном бизнесе БЗ.В.8

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Гайсина Э.И.

Рецензент(ы):

Тайсина Эмилия Анваровна

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Гайсина Э.И. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций , Ealina.Gajsina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью спецкурса "Реклама в гостиничном бизнесе" является расширение знаний студентов о рекламе, приобретение навыков профессиональной деятельности в области рекламы, с помощью которой реализуется важнейшая роль маркетинговой стратегии гостиничного предприятия.

Спецкурс "Реклама в туризме" ориентирован на обучающихся по специальности "Связи с общественностью", и подготовлен на основе обобщения отечественных и зарубежных исследований. Программа носит теоретический и прикладной характер.

Данный спецкурс предполагает изучение рекламных процессов, как специфического вида "public relations" и включает элементы маркетинга и рекламы, кризисного менеджмента, социальной психологии, социологии, журналистики и практических психо-технологий.

Задачами курса "Реклама в гостиничном бизнесе" являются научить студентов:

- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики рекламных кампаний в сфере гостиничного бизнеса;
- владеть средствами и методами процесса организации и проведения рекламных кампаний в сфере гостиничного бизнеса;
- уметь применять рекламные технологии в организации и проведении рекламных кампаний в гостиничного бизнеса.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.8 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к вариативной части. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Дисциплина базовой части профессионального цикла. Изучение дисциплины предполагает наличие знаний, умений и компетенций, освоенных студентами в процессе изучения следующих курсов:

- Б1.Б.5. Русский язык и культура речи;
- Б1.В.6. История мировой литературы;
- Б3.Б.6. Теория и практика связей с общественностью;
- Б3.В.7. Стилистика и литературное редактирование.

В ходе изучения данной дисциплины устанавливаются межпредметные связи, позволяющие осуществлять комплексный подход к формированию ряда компетенций, со следующим курсом:

Б3.Б.7. Основы интегрированных коммуникаций.

Данная дисциплина является базовой для следующих курсов и практик:

- Б3.В.4. Реклама в коммуникационном процессе;
- Б3.В.5. Современная пресс-служба;
- Б3.В.6. Иностраный язык в рекламе и связях с общественностью;
- Б3.ДВ1.1. Социальная реклама;
- Б3.ДВ1.2. Политическая реклама;
- Б3.ДВ3.2. Социальные проблемы в СМИ;
- Б3.ДВ7.1. История рекламы;
- Б3.ДВ7.2. История связей с общественностью.
- Б5.УП.1. Учебно-исследовательская практика.
- Б5.ПП. Производственная практика.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|---|--|
| ОК-17 (общекультурные компетенции) | знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии |
| ОК-6 (общекультурные компетенции) | стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства |
| ОК-8 (общекультурные компетенции) | осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности |
| ПК-1 (профессиональные компетенции) | знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии |
| ПК-12 (профессиональные компетенции) | способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности |
| ПК-13 (профессиональные компетенции) | владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве |
| ПК-2 (профессиональные компетенции) | обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга |
| ПК-6 (профессиональные компетенции) | обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга |

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- базовые понятия, характеристики и профессиональные термины, используемые в рамках дисциплины;
- систему документов в области связей с общественностью и рекламе в сфере гостиничного бизнеса;
- основные составляющие технологий организации и проведения рекламных кампаний, а также направления повышения их результативности в сфере гостиничного бизнеса;
- о соответствии содержания и формы подготавливаемых документов и рекламных сообщений, о важности данного элемента в развитии профессиональной культуры специалиста по рекламе и связям с общественностью;

2. должен уметь:

- реализовать рекламные проекты и владение методами их реализации в сфере гостиничного бизнеса (ПК-25);
- организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в сфере гостиничного бизнеса (ПК-28);
- применять полученные теоретические знания в процессе составления различных документов и рекламных сообщений в сфере гостиничного бизнеса;
- самостоятельно обрабатывать и анализировать полученную информацию в формах различных документов, а также творчески применять различные методы составления многочисленных документов и рекламных текстов;

3. должен владеть:

- средствами коммуникативного воздействия сферы связей с общественностью и рекламе в сфере гостиничного бизнеса, а также первичными навыками использования этих средств при создании рекламных сообщений;
- методиками тестирования и экспертной оценки рекламного и рг-продукта с точки зрения их эффективности применительно к сфере гостиничного бизнеса, а так же с точки зрения их соответствия нормативным документам (законам и этическим кодексам);
- основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;
- базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы в сфере гостиничного бизнеса;
- навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- базовые понятия, характеристики и профессиональные термины, используемые в рамках дисциплины;
- систему документов в области связей с общественностью и рекламе в сфере гостиничного бизнеса;
- основные составляющие технологий организации и проведения рекламных кампаний, а также направления повышения их результативности в сфере гостиничного бизнеса;
- о соответствии содержания и формы подготавливаемых документов и рекламных сообщений, о важности данного элемента в развитии профессиональной культуры специалиста по рекламе и связям с общественностью;

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю Тематический план дисциплины/модуля

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|--|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|--|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 1. | Тема 1. Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе. | 8 | 1 | 0 | 2 | 0 | домашнее задание |
| 2. | Тема 2. Гостиничная услуга как объект рекламы. Виды гостиничных услуг. Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта. | 8 | 2-3 | 0 | 4 | 0 | творческое задание домашнее задание |
| 3. | Тема 3. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. Виды рекламных стратегий. | 8 | 4-5 | 0 | 4 | 0 | домашнее задание творческое задание |
| 4. | Тема 4. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе. | 8 | 6-7 | 0 | 4 | 0 | творческое задание домашнее задание |

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|--|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|--|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 5. | Тема 5. Имидж, как средство рекламы. Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства. Дизайн, фирменный стиль гостиничного предприятия и их роль в рекламе гостиничных услуг. | 8 | 8-9 | 0 | 4 | 0 | творческое задание домашнее задание |
| 6. | Тема 6. Виды рекламы гостиничных услуг. Эффективность различных видов рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса. | 8 | 10 | 0 | 2 | 0 | творческое задание |
| 7. | Тема 7. Public Relations в сфере гостиничного бизнеса. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Внутренние коммуникации гостиничного предприятия. | 8 | 11-12 | 0 | 4 | 0 | творческое задание домашнее задание |

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|-----|--|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|--|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 8. | Тема 8. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства. Выставка как одно из основных рекламных мероприятий в сфере гостиничного бизнеса. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда. | 8 | 13-14 | 0 | 4 | 0 | домашнее задание творческое задание |
| 9. | Тема 9. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии. Виды современных систем резервирования гостиниц. Организация работы с глобальными системами резервирования. | 8 | 15 | 0 | 2 | 0 | домашнее задание |
| 10. | Тема 10. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет. Создание корпоративного сайта. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет. | 8 | 16 | 0 | 2 | 0 | творческое задание |

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|-----|---|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|--|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 11. | Тема 11. Программы лояльности. Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса. Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии. | 8 | 17-18 | 0 | 4 | 0 | домашнее задание творческое задание |
| | Тема . Итоговая форма контроля | 8 | | 0 | 0 | 0 | экзамен |
| | Итого | | | 0 | 36 | 0 | |

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса.

Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Виды маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Реклама в системемаркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе.

Тема 2. Гостиничная услуга как объект рекламы. Виды гостиничных услуг. Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Виды гостиничных услуг. Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта. Особенности, специфика гостиничных услуг как объекта рекламы.

Тема 3. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. Виды рекламных стратегий.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. Виды рекламных стратегий в гостиничном бизнесе. Примеры успешно реализованных и ошибочных рекламных стратегий гостиничных предприятий.

Тема 4. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе.

Тема 5. Имидж, как средство рекламы. Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства. Дизайн, фирменный стиль гостиничного предприятия и их роль в рекламе гостиничных услуг.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства. Дизайн, фирменный стиль гостиничного предприятия и их роль в рекламе гостиничных услуг.

Тема 6. Виды рекламы гостиничных услуг. Эффективность различных видов рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Основные виды гостиничной рекламы: наружная реклама, телевизионная реклама, печатная реклама, почтовая реклама, реклама в Интернете и т.д. Каналы распространения рекламы в сфере гостеприимства. Основные параметры рекламы гостиничных услуг, периодичность рекламных обращений.

Тема 7. Public Relations в сфере гостиничного бизнеса. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Внутренние коммуникации гостиничного предприятия.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Внутренние коммуникации гостиничного предприятия. Специальные и промоушен PR-мероприятия.

Тема 8. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства. Выставка как одно из основных рекламных мероприятий в сфере гостиничного бизнеса. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Выставка как одно из основных рекламных мероприятий в сфере гостиничного бизнеса. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда.

Тема 9. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии. Виды современных систем резервирования гостиниц. Организация работы с глобальными системами резервирования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Виды современных систем резервирования гостиниц. Организация работы с глобальными системами резервирования.

Тема 10. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет. Создание корпоративного сайта. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Особенности создание корпоративного сайта гостиничного предприятия. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет.

Тема 11. Программы лояльности. Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса. Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса. Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----|---|---------|--------------------|--|---------------------------|---|
| 1. | Тема 1. Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе. | 8 | 1 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| 2. | Тема 2. Гостиничная услуга как объект рекламы. Виды гостиничных услуг. Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта. | 8 | 2-3 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| | | | | подготовка к творческому заданию | 2 | творческое задание |
| 3. | Тема 3. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. Виды рекламных стратегий. | 8 | 4-5 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| | | | | подготовка к творческому заданию | 2 | творческое задание |
| 4. | Тема 4. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе. | 8 | 6-7 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| | | | | подготовка к творческому заданию | 2 | творческое задание |

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----|--|---------|--------------------|--|---------------------------|---|
| 5. | Тема 5. Имидж, как средство рекламы. Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства. Дизайн, фирменный стиль гостиничного предприятия и их роль в рекламе гостиничных услуг. | 8 | 8-9 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| | | | | подготовка к творческому заданию | 2 | творческое задание |
| 6. | Тема 6. Виды рекламы гостиничных услуг. Эффективность различных видов рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса. | 8 | 10 | подготовка к творческому заданию | 2 | творческое задание |
| 7. | Тема 7. Public Relations в сфере гостиничного бизнеса. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Внутренние коммуникации гостиничного предприятия. | 8 | 11-12 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| | | | | подготовка к творческому заданию | 2 | творческое задание |

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|-----|--|---------|--------------------|--|---------------------------|---|
| 8. | Тема 8. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства. Выставка как одно из основных рекламных мероприятий в сфере гостиничного бизнеса. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда. | 8 | 13-14 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| | | | | подготовка к творческому заданию | 2 | творческое задание |
| 9. | Тема 9. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии. Виды современных систем резервирования гостиниц. Организация работы с глобальными системами резервирования. | 8 | 15 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| 10. | Тема 10. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет. Создание корпоративного сайта. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет. | 8 | 16 | подготовка к творческому заданию | 2 | творческое задание |
| 11. | Тема 11. Программы лояльности. Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса. Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии. | 8 | 17-18 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| | | | | подготовка к творческому заданию | 2 | творческое задание |

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|---|-------------------|---------|-----------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| | Итого | | | | 36 | |

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция;
- лекции с опорой на самостоятельно проработанные источники информации по проблеме.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- применение активных форм обучения;
- индивидуальные и групповые консультации;
- разработка и осуществление собственных проектов/исследований, представление и обсуждение их результатов;
- работа в малых группах, групповые обсуждения.
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

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

Тема 1. Особенности маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе.

домашнее задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (3-4 человека) Студентам для анализа предлагаются несколько гостиничных предприятий г.Казань (гостиница ?Мираж?, отель ?Регина?, гостиница ?Ривьера?, хостел ?Зебра?). Каждой группе необходимо изучить маркетинговую среду гостиничного предприятия, выявить используемый инструментарий маркетинговых коммуникаций, определить целевые группы потребителей для каждого гостиничного предприятия.

Тема 2. Гостиничная услуга как объект рекламы. Виды гостиничных услуг. Сегментация рынка гостиничных услуг. Позиционирование гостиничного продукта.

домашнее задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (3-4 человека) Студентам для анализа предлагаются Интернет-источники (веб-сайты) гостиничных предприятий в России и за рубежом, продвигающих различные гостиничные услуги. Студентам необходимо провести анализ и составить перечень всех существующих на современном рынке гостиничных услуг.

творческое задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (3-4 человека) Согласно предоставленному на предыдущем практическом занятии перечню существующих на рынке гостиничных услуг студентам необходимо найти и представить виды рекламы данных услуг гостиничных предприятий. Проводя анализ образцов гостиничной рекламы студентам необходимо выявить специфику применяемых в рекламе той или иной гостиничной услуги технологий.

Тема 3. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса. Виды рекламных стратегий.

домашнее задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (3-4 человека) Каждой группе студентов для анализа даются следующие варианты гостиничных предприятий г.Казани: 1. Бизнес-отель ?Корстон-Казань? 2. Отель ?Кристал? 3. ?Экспресс Отель&Хостел? 4. Отель ?Ривьера? Студентам необходимо провести рекламные исследования для каждого гостиничного предприятия по следующим направлениям: 1) исследование потребителей гостиничных услуг; 2) изучение гостиничных услуг; 3) анализ рынка гостиничных предприятий-конкурентов. На основе результатов исследований необходимо определить приоритетные цели и стратегии рекламы для выбранных гостиничных предприятий.

творческое задание , примерные вопросы:

На основе предыдущего занятия разработать рекламную стратегию для исследуемого гостиничного предприятия, обосновать успешность выбранной стратегии и планируемых для ее осуществления рекламных мероприятий.

Тема 4. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием: планирование, подготовка и организация рекламных кампаний. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе.

домашнее задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (3-4 человека) 1. Согласно существующей в теории типологии рекламных кампаний в сфере гостиничного бизнеса студентам необходимо подобрать конкретные примеры для каждого из видов. 2. Каждой группе студентов необходимо спланировать, разработать и просчитать бюджет рекламной кампании с целью продвижения гостиничного предприятия на рынке гостиничных услуг. Студентам на выбор предлагаются следующие варианты рекламных кампаний: 1) рекламная кампания гостиницы ?Ramada? г.Казань; 2) рекламная кампания гостиницы ?Космос? г.Москва; 3) рекламная кампания гостиницы ?Ибис? г.Самара

творческое задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (3-4 человека) Каждой группе предлагается составить медиаплан для разработанных на предыдущем практическом занятии рекламных кампаний гостиничных предприятий. При разработке медиаплана студентам необходимо определить целевую аудиторию, каналы, время, место, частоту распространяемых рекламных сообщений.

Тема 5. Имидж, как средство рекламы. Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы: формирование имиджа, фирменный стиль, товарный знак, интерьер, униформа сотрудников. Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства. Дизайн, фирменный стиль гостиничного предприятия и их роль в рекламе гостиничных услуг.

домашнее задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (2 человека) Студентам предлагается оценить имидж различных гостиничных предприятий города (по выбору), выступив при этом в качестве потенциальных клиентов выбранной гостиницы. Во время выполнения задания студентам необходимо проанализировать все элементы, из которых складывается имидж гостиничного предприятия (фирменный стиль, месторасположение, оформление интерьера и номеров, сайт гостиницы, работа персонала, общение с клиентами лично и по телефону и прочее), выявить преимущества и недостатки формирования имиджа выбранного гостиничного предприятия.

творческое задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (2 человека) На основе результатов анализа на предыдущем практическом занятии студентам предлагается разработать PR-проект для каждого гостиничного предприятия с целью формирования и продвижения позитивного имиджа гостиницы или его отстройки.

Тема 6. Виды рекламы гостиничных услуг. Эффективность различных видов рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса.

творческое задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (3-4 человека) Студентам предлагается изучить все существующие типологии рекламы гостиничных услуг. Каждой группе студентов необходимо найти и представить реальные примеры рекламы гостиничных услуг для каждого типа.

Тема 7. Public Relations в сфере гостиничного бизнеса. Внешние коммуникации гостиничного предприятия. Внутренние коммуникации гостиничного предприятия.

домашнее задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (4-5 человек) Студентам предлагается проанализировать эффективность информационной кампании в СМИ как PR-технологии создания имиджа на примере нескольких гостиничных предприятий г.Казань и выявить наиболее эффективное использование данных технологий. Студентам необходимо провести анализ на основе следующих показателей: 1. Количество и характер публикаций в прессе; 2. Количество и характер видеоматериалов на телевидении; 3. Соотношение журналистских, рекламных и PR-материалов в печатных СМИ

творческое задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (2 человека) Студентам предлагается проанализировать различные виды используемых на практике PR-технологий на рынке гостиничных услуг г.Казани и оценить их эффективность с точки зрения влияния как на внешнюю, так и на внутреннюю общественность гостиничного предприятия. Варианты для анализа: 1. Хостел ?Кремлин? 2. Гостиница ?Билляр? 3. Отель ?Мираж? 4. Сеть отелей ?Регина?

Тема 8. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства. Выставка как одно из основных рекламных мероприятий в сфере гостиничного бизнеса. Реклама гостиничных услуг на выставках и ярмарках: характеристика выставочных мероприятий, процесс участия в работе выставки, подготовка команды, оформление выставочного стенда.

домашнее задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: индивидуальная В Казани ежегодно проводится отраслевая туристическая выставка KITS - Kazan international exhibition of tourism & sport. Студентам предлагается выступить в роли экспертов: провести включенное наблюдение за работой гостиничных предприятий во время отраслевой выставки, оценить эффективность используемых рекламных технологий. По результатам анализа студентам необходимо выявить наиболее неудачные с их точки зрения варианты организации выставочного стенда и применения рекламных технологий гостиничными предприятиями и разработать предложение по реорганизации работы на выставочном мероприятии с целью повышения ее эффективности и достижения рекламных целей организации.

творческое задание , примерные вопросы:

По результатам анализа студентам необходимо выявить наиболее неудачные с их точки зрения варианты организации выставочного стенда и применения рекламных технологий гостиничными предприятиями и разработать предложение по реорганизации работы на выставочном мероприятии с целью повышения ее эффективности и достижения рекламных целей организации.

Тема 9. Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии. Виды современных систем резервирования гостиниц. Организация работы с глобальными системами резервирования.

домашнее задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: индивидуальная 1. Студентам необходимо изучить особенности различных глобальных систем бронирования и резервирования GDS (Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre), а также условия присоединения гостиничного предприятия к данным системам. 2. Студентам предлагается проанализировать преимущества и недостатки использования различных глобальных систем резервирования, а также степень распространенности данных систем среди гостиничных предприятий г.Казани (более 100 гостиниц).

Тема 10. Продвижение гостиничного предприятия в сети Интернет. Создание корпоративного сайта. Виды рекламы гостиничных услуг в сети Интернет.

творческое задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (2 человека) Студентам предлагается проанализировать сайты различных гостиничных предприятий г.Казань (гостиница ?Биляр?, гостиница ?Колви?, Отель ?АРТ?, отель ?Лучано?) и выявить их преимущества и недостатки с точки зрения возможностей рекламирования и продвижения интернет-ресурса средства размещения.

Тема 11. Программы лояльности. Работа с постоянными гостями как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса. Организация работы отдела маркетинга и рекламы на гостиничном предприятии.

домашнее задание , примерные вопросы:

Форма организации студентов на практическом занятии: групповая (2 человека) Студентам предлагается провести мониторинг использования программ лояльности в гостиничных предприятиях г.Казань. Студентам необходимо уделить внимание программе лояльности гостиницы ?Корстон-Казань?, выявить ее преимущества и основные недостатки, дать свои рекомендации по ее усовершенствованию.

творческое задание , примерные вопросы:

На основе предыдущего занятия разработать рекламную стратегию для исследуемого гостиничного предприятия, обосновать успешность выбранной стратегии и планируемых для ее осуществления рекламных мероприятий.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Оперативный контроль - устный опрос.
2. Рубежный контроль - тестирование.
3. Итоговый контроль - зачет.

Список вопросов:

- 1.Виды маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного бизнеса.
- 2.Реклама в системе маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе.
- 3.Внешние PR-коммуникации гостиничного предприятия.
- 4.Внутренние PR-коммуникации гостиничного предприятия.
- 5.Специальные и промоушен PR-мероприятия.
- 6.Виды гостиничных услуг.
- 7.Позиционирование гостиничного продукта.
- 8.Особенности, специфика гостиничных услуг как объекта рекламы.
- 9.Основные виды гостиничной рекламы.
- 10.Каналы распространения рекламы в сфере гостеприимства.
- 11.Основные параметры рекламы гостиничных услуг, периодичность рекламных обращений.
- 12.Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы.
- 13.Технологии формирования имиджа гостиничного предприятия.
- 14.Элементы имиджа гостиничного предприятия.
- 15.Особенности формирования фирменного стиля гостеприимства.
- 16.Дизайн, фирменный стиль гостиничного предприятия и их роль в рекламе гостиничных услуг.
- 17.Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства.
- 18.Процесс участия гостиничного предприятия в работе выставки.
- 19.Глобальные системы резервирования как эффективные рекламные технологии.
- 20.Виды современных систем резервирования гостиниц.
- 21.Организация работы с глобальными системами резервирования.
- 22.Инструменты продвижения гостиничного предприятия в сети Интернет.

23. Особенности создание корпоративного сайта гостиничного предприятия.
24. Особенности рекламы гостиничных услуг в сети Интернет.
25. Программы лояльности как эффективное направление рекламной деятельности в сфере гостиничного бизнеса.
26. Организация работы отдела маркетинга и рекламы в гостиничном предприятии.
27. Построение рекламной стратегии в сфере гостиничного бизнеса.
28. Виды рекламных стратегий в гостиничном бизнесе.
29. Организация и проведение рекламной кампании гостиничным предприятием.
30. Виды основных мероприятий в рамках рекламной кампании в гостиничном бизнесе.

7.1. Основная литература:

Основная литература:

- Абабков Юрий Николаевич, Филиппова Инга Георгиевна, Абабкова Марианна Юрьевна, Богданов Е. И. Реклама в туризме: Учебник. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2012. <http://znanium.com/go.php?id=259075>
- Аниськина Наталия Васильевна, Колышкина Татьяна Борисовна. Наружная реклама. Москва Издательство "ФОРУМ" Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=419073>
- Бухтерева Ольга Станиславовна. Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие. Москва Издательский Дом "ИНФРА-М", 2011. <http://znanium.com/go.php?id=202918>
- Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=371726>
- Дурович Александр Петрович. Реклама в туризме: Учебное пособие. 5. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. <http://znanium.com/go.php?id=414298>
- Каптюхин Р.В., Романов А.А. Рекламный менеджмент: учебно-практическое пособие. Москва Евразийский открытый институт, 2010. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6513>

7.2. Дополнительная литература:

- Бугаев Л. Мобильный маркетинг: Как зарядить свой бизнес в мобильном мире. Москва Альпина Паблишер, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9761>
- Кузнецов И.Н. Управление продажами: учебно-практическое пособие. Москва Дашков и К., 2013. <http://znanium.com/bookread.php?book=430322>
- Мазилкина Елена Ивановна, Паничкина Галина Георгиевна, Ольхова Л. А. Основы рекламы: Учебное пособие. Москва Альфа-М, 2012. <http://znanium.com/go.php?id=246070>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Книги и учебные пособия по туризму - <http://www.turbooks.ru/knigi/reklama-v-turizme/>
- Портал о туризме - <http://www.turizm.ru/>
- Портал про гостиничный бизнес - <http://prohotel.ru/>
- Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - <http://www.frontdesk.ru/>
- Федеральное агентство по туризму - <http://www.russiatourism.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Реклама в гостиничном бизнесе" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Для обеспечения данной дисциплины необходимы оборудованные аудитории, различные технические средства обучения, проектор, компьютерный класс, аудио-видео аппаратура, наглядные пособия.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте .

Автор(ы):

Гайсина Э.И. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Тайсина Эмилия Анваровна _____

"__" _____ 201__ г.