*На правах рукописи*

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«Оренбургский государственный университет»**

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

**Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

*«Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме»*

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

*43.03.01 Сервис*

(код и наименование направления подготовки)

*Социально-культурный сервис*

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

*Бакалавр*

Форма обучения

*Очная, заочная*

Составитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.Л. Полякова

Методические указания рассмотрены и одобрены на заседании кафедры управления персоналом, сервиса и туризма

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.В. Шестакова

**Содержание**

[1 Методические указания по лекционным занятиям 4](#_Toc23875814)

[2 Методические указания по самостоятельной работе 4](#_Toc23875815)

[2.1 Методические указания по выполнению индивидуального творческого задания 5](#_Toc23875816)

[2.2 Методические указания по подготовке докладов 6](#_Toc23875817)

[2.3 Методические указания по подготовке к устным собеседованиям и письменным опросам 7](#_Toc23875818)

[2.4 Методические указания по выполнению типовых заданий 9](#_Toc23875819)

[2.5 Методические указания по выполнению контрольной работы 9](#_Toc23875820)

[3 Методические указания по промежуточной аттестации 13](#_Toc23875821)

[3.1 Подготовка к рубежным контролям 13](#_Toc23875822)

[3.2 Подготовка к зачету 14](#_Toc23875823)

# 1 Методические указания по лекционным занятиям

**Лекции являются одной из основных форм обучения по дисциплине**, представляют собой систематическое и последовательное изложение преподавателем-лектором учебного материала. Основными задачами лекции являются:

- обеспечение формирования системы знаний по учебной дисциплине;

- формирование умения аргументировано излагать научный материал, решать задачи предметной области своей будущей профессиональной деятельности;

- формирование профессионального кругозора и общей культуры;

- развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей путем освоения и использования методов и средств информационных и коммуникационных технологий;

- отражение новых достижений в предметной области и др.

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие студента путем планомерной, повседневной работы, в том числе в рамках лекционных занятий. Лекционный материал усваивается студентов в двух формах: в процессе лекционного занятия и во время самостоятельной работы. В процессе лекции основной материал может быть представлен в виде презентации и сопровождается пояснениями лектора.

В ходе лекционных занятий обучающийся должен вести конспектирование учебного материала, обращая внимание на логику изложения материла, аргументацию и приводимые примеры, формулировки научных выводов и практических рекомендаций. Желательно использовать систему сокращений (для ускорения записи), делать пометки о рекомендованных дополнительных источниках информации по теме каждой лекции (учебная, монографическая и периодическая литература, тематические порталы и сайты и пр.), кратко записывать примеры из практики, которые приводит преподаватель и обучающиеся в рамках обсуждения темы. Также необходимо использовать прием выделения цветом некоторых элементов текста (термины, правила и пр.), например, специальными выделителями; записывать свои вопросы по непонятным моментам в ходе лекции, чтобы задать их в ее завершении.

Обучающемуся следует активно работать с конспектом лекции (желательно анализировать лекционный материал в тот же день, когда читалась лекция). Если не удалось самостоятельно разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратиться за консультацией к преподавателю. Конспекты лекций следует использовать при подготовке к семинарам, при подготовке к опросу, зачету или экзамену, при выполнении самостоятельных заданий.

Рекомендуемую в рабочей программе дисциплины литературу следует использовать после изучения данной темы в целях дополнительного, более углубленного изучения материала по тем вопросам, которые были даны лектором для самостоятельного изучения.

Каждая тема имеет свои специфические понятия, поэтому усвоение материала необходимо начинать с изучения этих понятий. Если встречается незнакомое понятие, необходимо посмотреть его суть и содержание в словаре или ином источнике, выписать его значение в тетрадь для подготовки к занятиям. При подготовке материала необходимо обращать внимание на точность определений, последовательность изучения материала, аргументацию, собственные примеры, анализ конкретных ситуаций.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

# 2 Методические указания по самостоятельной работе

Самостоятельная работа является необходимым условием успешного образования, так как в рамках данной работы отрабатываются многие профессиональные навыки, формируется способность мыслить и делать выводы и т.д. Под самостоятельной работой понимается совокупность всей самостоятельной деятельности обучающихся в рамках учебного процесса, ориентированная на выполнение комплекса усложняющихся профессионально-ориентированных заданий.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная – самостоятельная работа выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию (лекции, практические занятия, консультации в ходе работы над курсовыми работами и др.);

- внеаудиторная – самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия (в библиотеке, дома).

Цель самостоятельной работы студента – осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом и научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания для того, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою профессиональную квалификацию. Самостоятельная работа помогает обучающимся овладеть знаниями, закреплять и систематизировать знания, формировать умения, отрабатывать навыки.

Самостоятельная внеаудиторная работа может включать в себя: типовые виды (выполняются всеми студентами) и нестандартные (выполняются не всеми, участие в этих видах зависит от наличия сформированности тех или иных компетенций).

К типовым видам относятся:

1) подготовка к занятиям (лекционным, лабораторным, практическим, семинарским);

4) выполнение типовых учебных заданий, предусмотренных рабочей программой;

5) написание рефератов;

6) подготовка устных докладов;

7) выполнение контрольных работ;

8) выполнение курсовых работ;

9) подготовка к неделе рубежного контроля;

10) изучение новых правовых нормативных актов, имеющих отношение к изучаемому предмету, их анализ, сравнение с другими действующими или отмененными актами; освоение компьютерных информационно-правовых баз данных;

11) подготовка и сдача зачетов и экзаменов;

12) написание и защита выпускной квалификационной работы.

К нестандартным видам самостоятельной работы можно отнести участие студента в научных исследованиях, проводимых в рамках студенческого научного общества, подготовки к научным конференциям, научным и образовательным конкурсам и пр.

В рамках дисциплины «Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме» предусмотрено выполнение следующих видов самостоятельной работы:

- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);

- подготовка устного доклада;

- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям; подготовка к рубежному контролю).

# 2.1 Методические указания по выполнению индивидуального творческого задания

Компетентностная модель подготовки выпускников, которая стала основой развития методики преподавания большинства дисциплин в вузе, ориентирует учебный процесс, прежде всего, на формирование личностных качеств специалиста, востребованных современным обществом. В связи с этим, в рамках самостоятельной работы обучающиеся выполняют индивидуальные творческие задания.

Для выполнения индивидуальных творческих заданий по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме» обучающиеся должны хорошо знать лекционный материал, уметь подбирать необходимые источники (периодическая литература, информационные порталы и пр.).

Представление выполненного творческого задания может проходить как в устной форме (в том числе с презентацией, видео- и фото сопровождением), так и в письменном виде.

Обучающийся должен уметь обоснованно изложить тему, представить собственную позицию по проблеме. Теоретические положения должны быть показаны как обобщение, вывод к фактическому материалу, а фактический материал – как иллюстрация, конкретизация теоретических положений. В работе должна быть раскрыта практическая значимость обоснованных теоретических положений, проявлено умение автора увязать их с жизнью, в том числе и со своей специальностью. Самостоятельность и творчество в решении и изложении рассматриваемых вопросов. Работа не может быть результатом переписывания с одного источника, она должна быть итогом изучения обширного материала, содержать мысли и рекомендации автора.

В случае затруднений при написании индивидуального творческого задания обучающемуся следует обратиться за консультацией к преподавателю, ведущему данный курс. Выполненное задание защищается во время практических занятий.

**Оценивание выполнения индивидуальных творческих заданий**

| *Бинарная шкала* | *Показатели* | *Критерии* |
| --- | --- | --- |
| *Зачтено* | *1. Навыки ведения дискуссии на профессиональные темы;*  *2. Уровень владения профессиональной терминологией;*  *3. Умение аргументировать предложенные подходы и решения, сделанные выводы 4. Степень самостоятельности, грамотности, оригинальности в представлении материала.* | *Представлено собственное решение индивидуального творческого задания, которое опирается на полученные теоретические знания по рекламной деятельности, а также на примеры из практики реальных сервисных и туристских предприятий, рассматриваемых на лекциях и семинарах. Представление решения задания должно быть содержательным, с конкретизацией и пояснением собственных выводов, с ответами на дополнительные вопросы. Обучающийся находит ответы, последовательно, четко и логически объясняет свое решение, приводит примеры, аргументированно обосновывает свой ответ.* |
| *Незачтено* | *Выполнение задания не является авторским, при презентации выполненного задания не демонстрируется знание темы, выводы не подкрепляются теоретическими знаниями и примерами из практики рекламной деятельности, без ответов на дополнительные вопросы. Обучающийся не даёт ответы на поставленные вопросы, либо допускает существенные ошибки.* |

# 2.2 Методические указания по подготовке докладов

Доклад – публичное сообщение, представляющее собой развёрнутое изложение определённой темы. Тема доклада выдается преподавателем, а также может быть предложена самим обучающимся (при согласовании с преподавателем и соответствии теме учебного занятия). Материалы, которые будут использованы при подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе. При подготовке доклада необходимо ориентироваться на регламент, оговоренный при получении задания.

Этапы подготовки доклада:

1. Определение цели доклада.

2. Подбор необходимого материала, определяющего содержание доклада.

3. Составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.

4. Общее знакомство с литературой и выделение среди источников главного.

5. Уточнение плана, отбор материала к каждому пункту плана.

6. Композиционное оформление доклада.

7. Заучивание, запоминание текста доклада, подготовки тезисов выступления.

8. Выступление с докладом.

Композиционное оформление доклада – это его реальная речевая внешняя структура, в ней отражается соотношение частей выступления по их цели, стилистическим особенностям, по объёму, сочетанию рациональных и эмоциональных моментов, как правило, элементами композиции доклада являются: вступление, определение предмета выступления, изложение, заключение, ответы на вопросы.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике, должно содержать: название доклада; сообщение основной идеи; современную оценку предмета изложения; краткое перечисление рассматриваемых вопросов; интересную для слушателей форму изложения; акцентирование оригинальности подхода.

В основной части доклада выступающий должен раскрыть суть темы, ее задача представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами.

В заключении представляется чёткое обобщение и краткие выводы по излагаемой теме. Доклад может подкрепляться презентацией, фото- и видео-материалами. Важным индикатором хорошей подготовки докладчика является способность отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

Примеры тематик докладов:

1. Основные теории массовых коммуникаций.
2. Исторические предпосылки рекламы как массового явления.
3. Особенности рекламы в сервисе и туризме
4. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в Российской Федерации
5. Рекламная продукция: понятие, классификации и особенности использования
6. Средства массовой коммуникации как канал распространения рекламной информации.
7. Потребительские мотивы как основа рекламной деятельности
8. Реклама в политическом маркетинге.
9. Виды и особенности рекламы на телевидении.
10. Виды и особенности рекламы в печатных изданиях.
11. Виды и особенности рекламы в сети Интернет
12. Виды и особенности наружной рекламы
13. Деятельность рекламных агентств: основные направления и особенности
14. Основные характеристики и структура медиаплана.
15. Основы управления качеством рекламы
16. Общие и отличительные особенности коммерческой, социальной и политической рекламы.
17. Реклама и связи с общественностью (PR): общее и специфическое.
18. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
19. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
20. Основные этапы развития PR в России.
21. Служба по связям с общественностью (PR): структура и функции
22. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
23. Пресс-релиз: понятие, правила подготовки и распространения

**Оценивание подготовки доклада**

| *Бинарная шкала* | *Показатели* | *Критерии* |
| --- | --- | --- |
| *Зачтено* | *1.Полнота изложения материала.*  *2.Правильность и/или аргументированность изложения.*  *3.Культура речи.* | *Обучающийся представляет устный содержательный доклад с правильными и достаточно глубокими ответами, демонстрирующими серьезные познания в источниках, литературе, начитанность, уровень мышления и анализа, отличный ответ.* |
| *Незачтено* | *Несодержательный доклад без ответов на вопросы.* |

# 2.3 Методические указания по подготовке к устным собеседованиям и письменным опросам

Устные собеседования и письменные опросы являются одной из форм текущего контроля успеваемости студента по данной дисциплине.

Целью устного собеседования являются обобщение и закрепление изученного курса. При подготовке следует использовать лекционный материал и дополнительные источники информации. Готовясь к семинару, обучающийся должен внимательно прочесть свой конспект лекции по изучаемой теме и рекомендуемую к теме семинара литературу. При этом важно научиться выделять в рассматриваемой проблеме самое главное и сосредотачивать на нем основное внимание при подготовке. Ответ на каждый вопрос должен быть доказательным и аргументированным, обучающемуся нужно уметь отстаивать свою точку зрения (для этого следует использовать документы, монографическую, учебную и справочную литературу). Активно участвуя в обсуждении проблем на семинарах, обучающиеся учатся последовательно мыслить, логически рассуждать, внимательно слушать своих товарищей, принимать участие в спорах и дискуссиях.

В любом устном выступлении необходимо показывать связь с предшествующей темой или вопросом, обеспечивать раскрытие сущности проблемы, представлять методологическое значение вопроса для научной, профессиональной и практической деятельности. Все аспекты вопроса должны быть освещены, это обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность. Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Выступление обучающегося должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

При подготовке к письменному опросу обучающийся должен внимательно изучить материалы лекции, а также дополнительные материалы по заявленной теме. При изучении материала обучающийся должен убедиться, что хорошо понимает основную терминологию темы, умеет ее использовать в нужном контексте. Желательно составить краткий конспект ответа на предполагаемые вопросы письменной работы, чтобы убедиться в том, материал усвоен, обучающийся владеет и может аргументировано, логично и грамотно письменно изложить ответ на вопрос. Следует обратить особое внимание на написание профессиональных терминов и названий чтобы избегать грамматических ошибок в работе.

При подготовке к лекционным и практическим занятиям необходимо:

1) выполнять подбор, изучение, анализ, классификацию и конспектирование литературы по учебной дисциплине;

2) систематическое чтение периодической печати, поиск и анализ дополнительной информации в журналах, с целью выяснения наиболее сложных, непонятных вопросов и их уточнения во время консультаций;

3) осуществлять активный поиск информации по изучаемой теме с использованием возможностей информационно-поисковых систем, а также порталов и сайтов (особую роль играют сайты региональных органов исполнительной власти в сфере туризма, туристические порталы и форумы и пр.).

4) прослушивание и/или просмотр телевизионных и радио передач, каналов на видеохостингах в интересах освоения изучаемой дисциплины и в целом будущей профессии, а также повышения общего культурного и образовательного уровня.

**Оценивание ответа в рамках устного собеседования, письменного опроса**

| *Бинарная шкала* | *Показатели* | *Критерии* |
| --- | --- | --- |
| *Зачтено* | *1.Полнота изложения материала.*  *2.Правильность и/или аргументированность изложения ответа на вопрос. 3.Самостоятельность ответа.*  *4.Культура речи.* | *Оценка ставится за знание фактического материла по вопросу, владение понятиями системы знаний, личную освоенность знаний, умение объяснять сущность понятий, умение выделять главное в учебном материале, готовность к самостоятельному выбору, решению, умение найти эффективный способ решения проблемной ситуации, умение использовать знания в стандартных и нестандартных ситуациях, логичное и доказательное изложение учебного материала, владение точной речью, умение аргументировано отвечать па вопросы; вступать в диалоговое общение.* |
| *Незачтено* | *Оценка ставится за отсутствие знаний и представлений по вопросу, непонимание материала, наличие коммуникативных «барьеров» в общении, отсутствие ответа на предложенный вопрос.* |

# 2.4 Методические указания по выполнению типовых заданий

Типовые задания по дисциплине решаются обучающимися как самостоятельно, так и во время практических занятий в течение семестра. На решение типовой задачи во время практических занятий отводится от 10 до 20 минут. В процессе решения задачи или рассмотрения конкретной ситуации обучающийся должен использовать пройденный и изученный на лекциях и практических заданиях материал. По итогам выставляется дифференцированная оценка с учетом шкалы оценивания. По характеру выполняемых заданий практические задания подразделяются на:

− ознакомительные, проводимые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;

− аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;

− творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач.

**Оценивание выполнения типовых заданий**

| *Бинарная шкала* | *Показатели* | *Критерии* |
| --- | --- | --- |
| *Зачтено* | *1.Полнота изложения материала.*  *2.Правильность и/или аргументированность изложения.*  *3.Культура речи.* | *Представлен собственный ответ на задание, который опирается на полученные теоретические знания по рекламной деятельности, а также на примеры из практики реальных сервисных и туристских предприятий, рассматриваемых на лекциях и семинарах. Представление решения задания должно быть содержательным, с конкретизацией и пояснением собственных выводов, с ответами на дополнительные вопросы.* |
| *Незачтено* | *Выполнение задания не является авторским, при презентации выполненного задания не демонстрируется знание темы, выводы не подкрепляются теоретическими знаниями и примерами из практики рекламной деятельности, без ответов на дополнительные вопросы.* |

**2.5 Методические указания по выполнению контрольной работы**

Контрольная работа по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме» носит теоретический и творческий характер, при выполнении заданий обучающиеся демонстрируют знание теоретического материала и примеров рекламной и PR-деятельности.

Процесс выполнения контрольной работы предполагает: выбор варианта контрольной работы; подбор и изучение литературы, сбор материалов; написание контрольной работы; представление контрольной работы на проверку; доработку контрольной работы (при наличии замечаний со стороны руководителя); защиту работы.

Вариант темы контрольной работы зависит от порядкового номера обучающегося в списке группы (таблица 1).

Таблица 1 – Определение варианта контрольной работы по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Номер варианта | Порядковый номер в списке группы | Номер варианта | Порядковый номер в списке группы |
| 1 | 1, 11 | 6 | 6, 16 |
| 2 | 2, 12 | 7 | 7, 17 |
| 3 | 3, 13 | 8 | 8, 18 |
| 4 | 4, 14 | 9 | 9, 19 |
| 5 | 5, 15 | 10 | 10, 20 |

После выбора темы контрольной работы обучающийся приступает к подбору источников информации для ее выполнения. Перечень основной, дополнительной и периодической литературы представлены в настоящих методических указаниях в п. 5. Однако этот список не является исчерпывающим, обучающийся не может ограничиваться только указанной в нем литературой: необходимо использовать информацию, размещенную на специализированных порталах, официальных сайтах сервисных и туристских предприятий, организаций и учреждений. Особое внимание стоит уделить изучению публикаций последних лет, использовать электронный каталог библиотеки университета и каталог периодических изданий.

После подбора и изучения источников материала для контрольной работы осуществляется написание контрольной работы; изложение содержания изучаемых вопросов может сопровождаться таблицами, рисунками, графиками.

Представление контрольной работы на кафедру управления персоналом, сервиса и туризма осуществляется в установленные сроки. Защита контрольной работы проходит в соответствии с учебным расписанием в форме собеседования, по результатам которого выставляется оценка.

**Задания для контрольной работы.**

Каждый вариант контрольной работы содержит два задания: теоретическое и практическое. Первый вопрос в каждом варианте – это теоретическое задание, имеющее реферативный характер – реферируются сразу несколько научных трудов (монографий, статей, учебников) различных авторов по выбранной теме, при этом нельзя ограничиваться простым переписыванием содержания прочитанного. Изучение и представление материала должно быть критическим, необходимо выделить наиболее важные теоретические положения и обосновать их, выделить цель, задачи, выводы и предложения. В связи с этим рекомендуется попытаться сформулировать свою позицию, отношение к выводам авторов, обосновав и подкрепив ее определенными аргументами (личным опытом, высказываниями других исследователей, примерами из практики деятельности сервисных предприятий и др.).

Второй вопрос – практическое задание, выполнение которого опирается на разделы дисциплины «Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме». В зависимости от варианта, обучающийся должен разработать рекламный текст, слоган или макет рекламного сообщения; подобрать варианты рекламных обращений исходя из специфики конкретных услуг или товаров.

**Вариант 1.**

1. Роль и значение рекламы в современных условиях

2. Разработать и представить макет рекламной листовки с использованием приемов психологического воздействия рекламы. Макет листовки должен учитывать фирменный стиль рекламируемой услуги или товара, содержать текст рекламного сообщения и иметь необходимую структуру.

**Вариант 2.**

1. Особенности рекламы в сервисе и туризме

2. Подготовить несколько вариантов слоганов, используемых в рекламной кампании различных видов услуг (не менее 5 различных услуг и 3 вариантов слогана для каждой услуги), обосновать соответствие каждого слогана типу услуги, сегменту потребителей, цели рекламы и пр.

**Вариант 3.**

1. Рекламная продукция: понятие, классификации и особенности использования

2. Разработать и представить макет наружной рекламы гостиницы. Определить основные требования к наружной рекламе. Объяснить особенности подготовки макета.

**Вариант 4.**

1. Средства массовой коммуникации как канал распространения рекламной информации

2. Подготовить рекламное сообщение для теле- и радиороликов. Объяснить особенности подготовки данных сообщений и представить отличия в работе над радиороликом. В качестве объекта рекламы может выступать туристский или сервисный продукт.

**Вариант 5.**

1. Потребительские мотивы как основа рекламной деятельности

2. Разработать и представить варианты сувенирной рекламной продукции для туристского агентства. Обосновать свой выбор, описать преимущества и возможные риски использования данного вида рекламы.

**Вариант 6.**

1. Виды и особенности рекламы на телевидении

2. Разработать и представить список вопросов для PR-интервью руководителя агентства по организации мероприятий. Выбрать печатное издание для публикации интервью, обосновать свой выбор.

**Вариант 7.**

1. Виды и особенности рекламы в печатных изданиях

2. Разработать и представить макет наружной рекламы туристского агентства. Определить основные требования к наружной рекламе. Объяснить особенности подготовки макета.

**Вариант 8.**

1. Виды и особенности рекламы в сети Интернет

2. Проанализировать ассортимент услуг рекламных агентств г. Оренбурга (не менее 3-х агентств): общее описание, цены, используемые способы продвижения собственных услуг агентства

**Вариант 9.**

1. Виды и особенности наружной рекламы

2. Представить анализ официального сайта конкретного туроператора или турагентства с точки зрения его использования при продвижении услуг туроператора

**Вариант 10.**

1. Виды и особенности сувенирной рекламы

2. Выбрать три образца печатных рекламных материалов какой-либо услуги, описать к каким типам рекламы она относится по классификациям, и ответить на следующие вопросы:

1) Какова цель данной рекламы?

2) Какая у неё целевая аудитория?

3) Что обещает реклама? Чем поддерживается обещание?

Фото и сканы образцов представить в тексте контрольной работы.

**Вариант 11.**

1. Особенности рекламы предприятий сферы гостеприимства

2. Рассмотреть 5 рекламных объявлений с участием известных актеров, спортсменов, врачей. Предположить, что привлекло рекламодателей к каждой знаменитости (компетентность, достоверность, привлекательность и др.). Почему такая реклама может быть убедительной? На какую целевую аудиторию направлена реклама каждого из рассматриваемых вами товаров или услуг?

**Вариант 12.**

1. Особенности рекламы в сфере туризма

2. Определить вид рекламы и выбрать оптимальные каналы распространения для следующих видов товаров и услуг:

- туристическая палатка;

- прохладительные напитки;

- бизнес-ланч в кафе;

- обзорная экскурсия по городу;

- курсы рисования.

**Вариант 13.**

1. Деятельность рекламных агентств: основные направления и особенности

2. Выбрать любое печатное СМИ, охарактеризовать его с точки зрения социально-экономических, географических и психологических особенностей целевой аудитории. Проанализировать, какие товары и услуги рекламируются в этом издании. Оценить, соответствует ли рекламная информация особенностям аудитории и тематике/стилю той информации, которая размещается в данном СМИ.

**Вариант 14.**

1. Фирменный стиль, его элементы и носители

2. Разработать и представить макет наружной рекламы ресторана. Определить основные требования к наружной рекламе. Объяснить особенности подготовки макета.

**Вариант 15.**

1. Основы управления качеством рекламы

2. Разработать и представить варианты сувенирной рекламной продукции для гостиницы. Обосновать свой выбор, описать преимущества и возможные риски использования данного вида рекламы.

**Вариант 16.**

1. Общие и отличительные особенности коммерческой, социальной и политической рекламы.

2. Привести по 5 примеров этичной и неэтичной рекламы встречающейся на различных информационных носителях (средства массовой информации, наружные щиты, внутренняя реклама и т.д.). Описать, как такая реклама может влиять на культуру нации.

**Вариант 17.**

1. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.

2. В печатных изданиях различного профиля (газеты, экономические журналы, семейные журналы, глянцевые журналы и т. д.) найти по 2-3 лучшего и по 2-3 худшего заголовка. Охарактеризовать и сравнить их. Обосновать, почему важно создавать эффективные заголовки. Переделать худшие заголовки на более привлекательные, аргументировать свои предложения.

**Вариант 18.**

1. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.

2. Заполнить таблицу, привести соответствующие формы, преимущества и недостатки определенного вида рекламного средства.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Вид рекламного средства*** | ***Формы*** | ***Преимущества*** | ***Недостатки*** | ***Применение*** |
| Наружная реклама |  |  |  |  |
| Печатная реклама |  |  |  |  |
| Аудиореклама |  |  |  |  |
| Аудиовизуальная реклама |  |  |  |  |
| Директ-мейл |  |  |  |  |
| Интернет-реклама |  |  |  |  |
| Рекламные сувениры |  |  |  |  |

**Вариант 19.**

1. Пресс-релиз: понятие, правила подготовки и распространения

2. В маленьком городе расположены два цветочных магазина «А» и «Б». Магазин «А» использует следующие рекламные и маркетинговые мероприятия для продвижения своих товаров:

- специальные букеты к 8 марту и 14 февраля;

- реклама услуг по радио за неделю до каждого праздника;

- рекламное напоминание детям о приближающемся празднике 8 марта;

- рассылка цветных брошюр о свадебных букетах молодым женщинам;

- размещение рекламного объявления в «Желтых страницах»;

- отправка небольших букетов на первую годовщину свадьбы.

Разработать для магазина «Б» конкурентоспособные рекламные и маркетинговые мероприятия по продвижению товаров и услуг.

**Вариант 20.**

1. Оценка эффективности рекламной деятельности

2. Приведите рекламные аргументы, которые будут наиболее убедительными для целевых потребителей таких товаров и услуг как:

- курсы обучения работе на компьютере;

- дискотека;

- музыкальная школа;

- вечер авторской песни;

- клуб молодоженов;

- салон красоты;

- библиотека;

- выставка собак;

- журнал для автолюбителей;

- туристское агентство.

Общие требования к построению и оформлению контрольной работы представлены в СТО 02069024.101 - 2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления», размещенном на сайте ОГУ <http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015_.pdf>

Язык и стиль изложения контрольной работы должен быть научным, изложение материала – логически последовательным, точным, не допускающим различных толкований. В тексте должны быть даны определения всех понятий, входящих в формулировку двух вопросов каждого варианта. При изложении содержания контрольной работы следует применять исключительно научную лексику, используя научные термины и определения, в работе не допускаются обороты разговорной речи.

Контрольная работа по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме» содержит следующие структурные элементы: титульный лист; содержание; введение; основной текст; заключение; список использованных источников; приложения (при наличии). Объем основной части контрольной работы составляет 10-15 страниц, каждый раздел не менее 5 страниц.

Выполненная контрольная работа подписывается обучающимся и регистрируется им в журнале регистрации на кафедре управления персоналом, туризма и сервиса. Проверка контрольной работы осуществляется преподавателем в течение десяти дней с даты регистрации и сдачи на кафедру.

Если контрольная работа выполнена с нарушением требований настоящих методических рекомендаций, то руководитель может высказать замечания по представленной работе и предложить устранить замечания до защиты, а в случае серьезных замечаний – перенести срок защиты. Замечания руководителя в письменном виде представляются обучающемуся. При соответствии контрольной работы установленным требованиям руководитель допускает обучающегося к защите работы. Защита контрольной работы проходит в форме собеседования по теме работы, при подготовке к защите обучающимся следует обратить особое внимание на замечания руководителя, сделанные при проверке контрольной работы.

**Оценивание выполнения контрольной работы**

| *Бинарная шкала* | *Показатели* | *Критерии* |
| --- | --- | --- |
| *Зачтено* | *1. Соответствие содержания контрольной работы теме исследования, поставленным целям и задачам*  *2. Степень самостоятельности автора работы.*  *3. Логика изложения материала, обоснованность основных положений;*  *4. Соответствие работы требованиям по ее оформлению;*  *5. Общий уровень грамотности;*  *6. Уверенность, логичность, последовательность и грамотность изложения материала при защите контрольной работы.* | *Содержание контрольной работы полностью соответствует ее теме; выполнены оба задания (теоретическое и практическое); оформление и содержание контрольной работы соответствует всем требованиям; при защите обучающийся уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает представленный материал, умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им выводы и предложения.* |
| *Незачтено* | *Содержание контрольной работы не соответствует ее теме; выполнено одно задание (теоретическое или практическое); оформление и содержание контрольной работы не соответствует всем требованиям; в процессе защиты обучающийся допускает ошибки, не отвечает на вопросы по теме контрольной работы.* |

Обучающийся, не представивший в установленный срок контрольную работу или не защитивший ее по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность по дисциплине ««Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме»» и не допускается до экзамена по данной дисциплине.

# 3 Методические указания по промежуточной аттестации

# 3.1 Подготовка к рубежным контролям

Рубежный контроль может проводиться как в виде тестирования (вариант примерного теста приведен в фонде оценочных средств, блок «А») или в виде устного и/или письменного опроса, включающего в себя ответы на теоретические вопросы и решение задач.

При подготовке к рубежным контролям обучающимся следует внимательно изучить лекционный материал, а также выполненные задания, которые обсуждались на практических занятиях. Если подготовка к рубежному контролю вызывает трудности, то допускаются консультации у преподавателя на практических занятиях, а также во время консультаций по подготовке курсовой работы.

# 3.2 Подготовка к зачету

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является зачет.

Подготовка к зачету способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету, обучающийся ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания.

Вопросы зачету включены в перечень примерных вопросов к зачету и содержатся в «Фонде оценочных средств» по курсу, изучаются в течение семестра на лекционных и практических занятиях.

В начале подготовки к зачету обучающемуся следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы, обязательно в них разобраться. При подготовке к зачету необходимо сделать краткие письменные записи в виде тезисов, планов, определений по наиболее сложным вопросам, ключевым проблемам и важнейшим понятиям. Запись включает дополнительные моторные ресурсы памяти. Особое внимание в ходе подготовки к зачету следует уделять конспектам лекций, собственным дополнениям и примерам, а также актуальной информации, размещенной на официальных туристических сайтах, порталах и форумах. В заключение подготовки еще раз целесообразно повторить самые трудные вопросы, обозначив для себя ключевые моменты ответов на вопросы. За 2-3 дня до зачета нужно систематизировать уже имеющиеся знания. На зачете студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине. В билет включено два вопроса, соответствующих содержанию формируемых компетенций. Зачет проводится в устной форме. По итогам выставляется оценка с учетом бинарной шкалы оценивания.

**Оценивание ответа на зачете** *(примерное в зависимости от структуры билета)*

| *Бинарная шкала* | *Показатели* | *Критерии* |
| --- | --- | --- |
| *Зачтено* | *1. Полнота изложения теоретического материала;*  *2. Полнота и правильность решения практического задания;*  *3. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий);*  *4. Самостоятельность ответа;*  *5. Культура речи и др.* | *Оценка ставится за знание фактического материла по дисциплине, владение понятиями системы знаний по дисциплине, личную освоенность знаний, умение объяснять сущность понятий, умение выделять главное в учебном материале, готовность к самостоятельному выбору, решению, умение найти эффективный способ решения проблемной ситуации, умение использовать знания в стандартных и нестандартных ситуациях, логичное и доказательное изложение учебного материала, владение точной речью, умение аргументировано отвечать па вопросы; вступать в диалоговое общение.* |
| *Незачтено* | *Оценка ставится за отсутствие знаний по дисциплине, представления по вопрос, непонимание материала по дисциплине, отсутствие решения задачи, наличие коммуникативных «барьеров» в общении, отсутствие ответа на предложенный вопрос.* |