

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Дальневосточный государственный университет путей сообщения"  
(ДВГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

(к802) Международные коммуникации,  
сервис и туризм

Щекина Е.Г., канд.  
культурологии, доцент



24.05.2022

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Реклама в туризме**

43.03.02 Туризм

Составитель(и): к.с.н., доцент, Луценко Екатерина Леонидовна

Обсуждена на заседании кафедры: (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от 11.05.2022г. № 12

Обсуждена на заседании методической комиссии учебно-структурного подразделения: Протокол от 24.05.2022 г. № 5

г. Хабаровск  
2022 г.

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_ \_\_\_\_\_ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_ 2023 г. № \_\_  
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_ \_\_\_\_\_ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_ 2024 г. № \_\_  
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_ \_\_\_\_\_ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_ 2025 г. № \_\_  
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_ \_\_\_\_\_ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_ 2026 г. № \_\_  
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Рабочая программа дисциплины Реклама в туризме

разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 516

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

**ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	108	Виды контроля на курсах:
в том числе:		экзамены (курс) 5
контактная работа	12	контрольных работ 5 курс (1)
самостоятельная работа	87	
часов на контроль	9	

**Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)**

Курс	5		Итого	
	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	87	87	87	87
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	108	108	108	108

### 1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цели, задачи, функции рекламы в туризме. Требования к современной рекламе в туристской отрасли. Общественные требования к рекламе в туризме: этичность, добросовестность, достоверность, правдоподобие, убедительность текста и изображения и др. Рекламное сообщение в туризме: содержание, форма, структура. Концепция позиционирования рекламы в туризме.
-----	--

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.О.27
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Маркетинг в сервисе и туризме
2.1.2	Менеджмент в сфере услуг
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Технологии продаж

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

#### ПК-2: Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг

<b>Знать:</b>
Основные статьи затрат деятельности предприятия туристской индустрии. Основные требования потребителя и (или) туриста.
<b>Уметь:</b>
Рассчитать затраты предприятия туристской индустрии. Рассчитать затраты на создание турпродукта. Анализировать затраты туристского предприятия.
<b>Владеть:</b>
Методами расчета затрат при составлении сметы предприятия туристской индустрии. Методами анализа затрат при составлении сметы в деятельности предприятия туристской индустрии. Технологией расчета и анализа затрат предприятия туристской индустрии с учетом требований потребителя и (или) туриста.

#### ОПК-5: Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности

<b>Знать:</b>
Особенности экономической деятельности, ее показатели в избранной сфере профессиональной деятельности. Современные методы экономической оценки решений, принимаемых в профессиональной деятельности, и оценки экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности.
<b>Уметь:</b>
Выполнять экономические расчеты, понимать процесс ценообразования в избранной сфере профессиональной деятельности Проводить экономическую оценку решений, принимаемых в профессиональной деятельности, и оценку экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности.
<b>Владеть:</b>
Навыками сопоставления экономических показателей и обосновано выбирать наиболее эффективное решение; рассчитывать показатели экономической эффективности производственной деятельности в избранной сфере профессиональной деятельности и определять способы их достижения Навыками и приемами экономической оценки решений, принимаемых в профессиональной деятельности, и оценки экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности.

#### УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

<b>Знать:</b>
Методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа.
<b>Уметь:</b>
Применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач.
<b>Владеть:</b>
Методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач.

**УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности****Знать:**

Базовые экономические понятия и закономерности значимых экономических явлений в различных областях жизнедеятельности.

**Уметь:**

Анализировать закономерности значимых экономических явлений, выбирать и оценивать экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

**Владеть:**

Навыком содержательно интерпретировать закономерности значимых экономических явлений, выбирать и оценивать экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С  
УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ  
ЗАНЯТИЙ**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. лекции, практические занятия, самостоятельная работа</b>						
1.1	Реклама в туризме: Цели, задачи, функции рекламы в туризме. Требования к современной рекламе в туристской отрасли. /Лек/	5	0,5	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.2	Общественные требования к рекламе в туризме: этичность, добросовестность, достоверность, правдоподобие, убедительность текста и изображения и др. /Лек/	5	0,5	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.3	Рекламное сообщение в туризме: содержание, форма, структура. /Лек/	5	0,5	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.4	Концепция позиционирования рекламы в туризме. /Лек/	5	0,5	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.5	Авторское право на рекламные произведения: языковые компоненты рекламы; /Лек/	5	0,5	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.6	Рекламная лексика, семиотика, грамматическая специфика. Речевая структура /Лек/	5	0,5	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	

1.7	Художественно-изобразительные средства рекламы; композиция рекламы; объем рекламы в туризме /Лек/	5	1	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.8	Рекламный процесс в туризме. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие. Реклама и общество. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, популяризация, воспитание, привитие хорошего вкуса и т.п. /Пр/	5	1	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.9	ФЗ «О рекламе». Регулирование рекламной деятельности. Необходимость законодательного и общественного регулирования рекламной деятельности за рубежом. Международный кодекс рекламы. /Пр/	5	1	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.10	Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма. Классификация рекламы в туризме. Классификация рекламных средств: по целевой аудитории; по широте охвата аудитории; по каналам передачи информации; по функциям и целям. Реклама и средства массовой информации. /Пр/	5	1	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.11	Рекламная кампания на предприятиях туризма. Организация и планирование рекламной кампании. Составление бюджета. Разработка стратегии маркетинга. Разработка стратегии рекламной деятельности. Организация работы отдела рекламы, менеджера по рекламе. Способы выделения средств. Организация проведения, структура, оценка эффективности рекламной кампании. /Пр/	5	1	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.12	Рекламная кампания в туризме. Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. Выразительные средства рекламы. Средства и приемы рекламного стиля, речи. /Пр/	5	1	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.13	Оценка эффективности рекламных мероприятий в туризме. Эффективность рекламной деятельности в туризме. Использование методики определения эффективности рекламных мероприятий для оценки конкретных рекламных кампаний. /Пр/	5	1	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	

1.14	Рекламная лексика, семиотика, грамматическая специфика. Речевая структура /Пр/	5	1	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.15	Художественно-изобразительные средства рекламы; композиция рекламы; объем рекламы в туризме /Пр/	5	1	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.16	ПОДГОТОВКА К ЭКЗАМЕНУ /Ср/	5	13	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.17	ПОДГОТОВКА ДОКЛАДА НА ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ, РАЗРАБОТКА ПРЕЗЕНТАЦИИ К ДОКЛАДУ /Ср/	5	13	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
1.18	РАБОТА С ЛИТЕРАТУРНЫМИ И INTERNET-ИСТОЧНИКАМИ, ЭЛЕКТРОННЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ, ПОДГОТОВКА ПИСЬМЕННОЙ РАБОТЫ ПО ЗАДАННОЙ ТЕМЕ /Ср/	5	61	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	
<b>Раздел 2. промежуточная аттестация</b>							
2.1	/Экзамен/	5	9	ПК-2 ОПК-5 УК-1 УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9 Э10	0	

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Размещены в приложении

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Лашко С. И., Сапрыкина В. Ю.	Международный бизнес: PR и рекламное дело: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2017, <a href="http://znanium.com/go.php?id=560458">http://znanium.com/go.php?id=560458</a>
Л1.2	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие	Москва: Дашков и К, 2018,

#### 6.1.2. Перечень дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Чумиков А., Бочаров М., Самойленко С.	Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции	Москва: Издательский дом «Дело», 2016, <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=442983">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=442983</a>

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.2	Ткаченко Н. В., Ткаченко О. Н.	Креативная реклама: технологии проектирования	Москва: Юнити-Дана, 2015, <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114422">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114422</a>
<b>6.1.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Курная Н.Н.	Реклама в туризме: метод. пособие	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2016,
Л3.2	Ковынева Л.В., Курбанова Л.М., Щекина Е.Г.	От реферата до выпускной квалификационной работы: метод. пособие	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2018,
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>			
Э1	ЭБС Университетская библиотека ONLINE		<a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>
Э2	ЭБС Юрайт		<a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a>
Э3	ЭБС Знаниум		<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
Э4	Исследовательский холдинг ROMIR		<a href="https://romir.ru">https://romir.ru</a>
Э5	НП «Гильдия Маркетологов»		<a href="https://www.marketologi.ru">https://www.marketologi.ru</a>
Э6	Сайт Федерального агентства по туризму		<a href="http://www.russiatourism.ru">http://www.russiatourism.ru</a>
Э7	ЭБС "Лань"		<a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>
Э8	Научная электронная библиотека открытого доступа «КИБЕРЛЕНИНКА»		<a href="http://www.cyberleninka.ru">http://www.cyberleninka.ru</a>
Э9	Научная электронная библиотека ELIBRARY		<a href="http://www.eLIBRARY.RU">http://www.eLIBRARY.RU</a>
Э10	Электронный каталог НТБ ДВГУПС		<a href="http://lib.festu.khv.ru/elektronnyj-dostup/175-elektronnyj-dostup">http://lib.festu.khv.ru/elektronnyj-dostup/175-elektronnyj-dostup</a>
<b>6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)</b>			
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>			
Free Conference Call (свободная лицензия)			
Zoom (свободная лицензия)			
Office Pro Plus 2007 - Пакет офисных программ, лиц.45525415			
Windows 7 Pro - Операционная система, лиц. 60618367			
Windows XP - Операционная система, лиц. 46107380			
Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition - Антивирусная защита, контракт 469 ДВГУПС			
АСТ тест - Комплекс программ для создания банков тестовых заданий, организации и проведения сеансов тестирования, лиц. АСТ.РМ.А096.Л08018.04, дог.372			
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>			
ИСС "КонсультантПлюс" <a href="https://www.consultant.ru/">https://www.consultant.ru/</a>			

## 7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Аудитория	Назначение	Оснащение
3241	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели: столы, стулья, доска, тематические плакаты
2402	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели: столы, стулья, меловая доска, интерактивная доска
1303	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
249	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
3317	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.

Аудитория	Назначение	Оснащение
3322	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
343	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1) РАБОТА С ЛИТЕРАТУРНЫМИ И INTERNET-ИСТОЧНИКАМИ, ЭЛЕКТРОННЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ

В рамках самостоятельной подготовки особое внимание должно быть уделено работе с информационными материалами. Ввиду обилия информации и насыщенности книжного рынка, в ходе самоподготовки возникает необходимость осваивать методику поиска литературы и оценки содержащейся в ней информации. Наиболее традиционными и привычными являются следующие способы поиска информационных материалов: работа с библиографическими изданиями в библиотеках; изучение специальных выпусков отсылок к литературе, систематизированных по отраслям экономики, разделам, либо конкретным проблемам; использование библиотечных каталогов, которые в настоящее время представлены преимущественно в виде компьютерной информации.

Выделяют несколько способов оценки научного текста: во-первых, определение предназначенности работы - полемическая, альтернативная, острокритическая, традиционная; во-вторых, сопоставление даты издания книги или журнала и изменений в экономической, политической, социальной и др. сфере государства, учитывая тенденции развития науки (например, выбирая учебник желательно руководствоваться именно этим способом); в-третьих, сопоставление хотя бы нескольких литературных источников, для того, чтобы в полной мере оценить степень разработанности и изученности рассматриваемого объекта и предмета; в-четвертых, консультирование с ведущим преподавателем по вопросам того или иного издания. Обязательный элемент самостоятельной работы с информационными материалами – подготовка доклада.

### 2) ПОДГОТОВКА ДОКЛАДА НА ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ

Подготовка и выступление на практическом занятии является важной частью процесса обучения, успех которых во многом зависит от самоорганизованности и целеустремленности обучающегося в изучении поставленных вопросов.

Доклад – это сообщение или документ, содержимое которого представляет информацию и отражает суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Целью доклада является информирование аудитории в рамках заданной темы. Доклад может включать в себя такие элементы как рекомендации или другие мотивационные предложения.

Представленный доклад оценивается по следующим критериям:

1. Содержательная часть материала (полнота изложения, точность и достоверность);
2. Логичность и ясность изложения;
3. Время выступления 7-10 мин.;
4. Знание терминологии и ориентирование в теме;
5. Умение ответить на вопросы.

Таким образом, максимальное количество баллов за доклад является суммой баллов по каждому критерию и равняется 5 баллам.

Прежде чем приступить к написанию доклада, важно ясно представить себе тех, кто будет его слушать. Доклад должен быть составлен так, чтобы смысл его был доступен для понимания всей аудитории. Допустимо пользоваться специальной терминологией, ранее использованной во время лекций. Перед автором стоит задача - изложить доклад так, чтобы все могли бы без труда его понять одновременно. Необходимо заинтересовать слушателей выбранной темой и выбрать ранее неизвестные или малоизвестные факты, чтобы придать докладу новизну. Поэтому искусство сделать доклад интересным придает ему еще большую ценность и значительно усиливает шансы на хороший прием.

Наглядности текста способствует умелое использование иллюстраций, примеров, графических материалов.

Общий объем доклада - не более 2-х страниц компьютерного текста (до 100 строк или 8 тысяч знаков (с пробелами)), размер шрифта -12.

### 3) РАЗРАБОТКА ПРЕЗЕНТАЦИИ К ДОКЛАДУ

Для наглядности и более полного восприятия аудиторией материала рекомендуется подготовить презентацию доклада.

Презентация оценивается по следующим критериям:

1. Содержание
  - соответствие слайдов тексту доклада;
  - оптимальность текста (отсутствие лишнего текста, представление на слайдах лаконичных формулировок, отражающих структуру доклада, основные выводы работы);
  - корректность текста презентации (использование научной терминологии, отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок).
2. Техническая обработка презентации
  - общий дизайн (логичность, эстетичность оформления презентации, не-противоречивость дизайна и содержания презентации);
  - легко читаемый текст, сочетание фона с графическими элементами.
3. Графическое представление материала
  - наличие рисунков, фотографий, диаграмм, таблиц;
  - привлекательность графических объектов, их соответствие содержанию;

#### 4. Процедура презентации

- активность участников проекта;
- проявленные коммуникативные навыки;
- доступное представление презентации (ее связь с речью выступающего).

#### 5. Количество слайдов: 10-15

Таким образом, максимальное количество баллов за презентацию является суммой баллов по каждому критерию и равняется 5 баллам.

При разработке презентации необходимо учитывать следующие требования к ее оформлению:

А. Необходимо соблюдать единый стиль оформления слайдов.

В. Стараться использовать «холодные» тона (синий, зеленый), не отвлекающие внимания от основного содержания слайдов.

С. При использовании цветов не злоупотреблять их количеством. Как правило, достаточно применять три цвета (один для фона, один для заголовков, один для текста). При этом, фон и текст презентации должны быть контрастных цветов.

Д. При подготовке презентации для учебных целей допускается использование анимационных эффектов в умеренном количестве. Анимация не должна отвлекать внимания от основного содержания на слайде.

Е. Информация, содержащаяся в слайдах, должна быть краткой и лаконичной, с минимальным количеством предлогов, наречий и прилагательных. Особо следует обратить внимание на заголовки, которые должны передавать суть поставленного вопроса и привлекать внимание аудитории.

Ф. Рекомендуется горизонтальное расположение информации относительно страницы слайда. При этом, важная информация должна располагаться в центре экрана, а под картинками необходимо делать подписи.

Г. Для полноценного восприятия и легкого усвоения материала презентации рекомендуется придерживаться следующих параметров шрифтов:

- для заголовков размер шрифта не менее 32;
- для информации размер шрифта не менее 24;
- использования однотипного шрифта в одной презентации;
- использования жирных шрифтов, курсивов или подчеркивания для выделения информации;
- соблюдения мер в использовании прописных букв;
- нумерация слайдов (размер шрифта для номера слайда не менее 28).

Н. Допускается использование рамок, границ, заливок; разных цветов шрифтов, стрелок и т. д. для выделения особо важной информации.

И. Важно помнить, что информация для презентации не должна полностью копировать текст доклада. Как правило, объем информации должен отражать ключевые позиции пунктов по каждому вопросу.

Ж. Особо следует обратить внимание на подбор иллюстративного материала. Поскольку большинство рассматриваемых вопросов отражают туристскую специфику, рекомендуется использовать фотографии, карты, картинки, подкрепляющих текст и способствующих полноценному усвоению материала.

#### 4) ПОДГОТОВКА ПИСЬМЕННОЙ РАБОТЫ ПО ЗАДАННОЙ ТЕМЕ

Требования, предъявляемые к письменным работам, представлены в методическом пособии: От реферата до выпускной квалификационной работы : метод. пособие по выполнению письменных работ / Л.В. Ковынева, Л.М. Курбанова, Н.Г. Щекина. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2018. – 63 с.,

Тематики письменных работ:

1. Возникновение и развитие рекламы.
2. Понятия маркетинга и рекламы, их соотношение.
3. Сущность и определение рекламы.
4. Место рекламы в комплексе маркетинга и маркетинговых коммуникаций.
5. Реклама в туризме: Цели, задачи, функции рекламы в туризме.
6. Общественные требования к рекламе в туризме: этичность, добросовестность, достоверность, правдоподобие, убедительность текста и изображения и др..
7. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, популяризация, воспитание, привитие хорошего вкуса и т.п.
8. Рекламное сообщение в туризме: содержание, форма, структура.
9. Рекламная лексика, семиотика, грамматическая специфика. Речевая структура
10. Художественно-образительные средства рекламы; композиция рекламы; объем рекламы в туризме
11. Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление.
12. Выразительные средства рекламы. Средства и приемы рекламного стиля, речи.
13. Организация и планирование рекламной кампании.
14. Составление бюджета рекламной кампании.
15. Разработка стратегии маркетинга.
16. Разработка стратегии рекламной деятельности.
17. Организация работы отдела рекламы, менеджера по рекламе.
18. Способы выделения средств.
19. Организация проведения, структура, оценка эффективности рекламной кампании.
20. Концепция позиционирования рекламы в туризме.
21. Авторское право на рекламные произведения: языковые компоненты рекламы;
22. Требования к современной рекламе в туристской отрасли

23. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие. Реклама и общество.
  24. Классификация рекламы в туризме.
  25. Реклама и средства массовой информации.
  26. Особенности рекламной кампании на предприятиях туризма.
  27. Товарный знак. Фирменный стиль и его структура. Оформление офиса.
  28. Организация приема посетителей.
  29. Оценка эффективности рекламных мероприятий в туризме.
  30. Эффективность рекламной деятельности в туризме.
  31. Использование методики определения эффективности рекламных мероприятий для оценки конкретных рекламных кампаний.
  32. Реклама как двигатель туристического бизнеса
  33. ФЗ «О рекламе». Регулирование рекламной деятельности.
  34. Необходимость законодательного и общественного регулирования рекламной деятельности за рубежом.
  35. Международный кодекс рекламы.
- (По согласованию с ведущим преподавателем студент имеет право выбрать тему самостоятельно)

#### 4) ПОДГОТОВКА К ЭКЗАМЕНУ

При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, образовательные Интернет-ресурсы. Студенту рекомендуется также в начале учебного курса познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами практических занятий;
- учебниками, пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

Подготовка к экзамену осуществляется по вопросам, приведенным в ОМ.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть в процессе освоения дисциплины. Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамену.

Проведение учебного процесса может быть организовано с использованием ЭИОС университета и в цифровой среде (группы в социальных сетях, электронная почта, видеосвязь и др. платформы). Учебные занятия с применением ДОТ проходят в соответствии с утвержденным расписанием. Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся проводится с применением ДОТ.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа людей с инвалидностью

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа людей с инвалидностью предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме, в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.