МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт коммерции, маркетинга и сервиса
Кафедра коммерции и сервиса

АННОТАЦИЯ

по дисциплине«Реклама гостиничном и ресторанном бизнесе»

Направление подготовки 43.03.01Сервис
профиль «Сервис в гостиничном и ресторанном бизнесе»

Учебно-методическое управление

Соответствует РПД
_____УМУ СГЭУ

Зав.кафедрой_____
/Чернова Д.В./

Самара 2015г.

1. Рабочая программа

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса:

Становление профессиональной компетентности будущего специалиста сервиса путем формирования теоретических знаний и практических умений в области продвижения продукта предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса.

Задачи курса:

1. Формирование у студентов знаний о сущности категории «продвижение продукта в гостиничном и ресторанном бизнесе»;
2. Рассмотрение основных средств продвижения;
3. Формирование практических умений использования основных средств рекламы.

2. Место дисциплины в структуре ООП.

Данная дисциплина входит в вариативную часть профессионального цикла. Изучение дисциплины взаимосвязано с дисциплинами предшествующего уровня подготовки«Маркетинг в сервисе», «Организация и планирование деятельности предприятий сервиса», а также является необходимой основой изучения дисциплины «Формирование имиджа предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса» и прохождения производственнойпрактики и входит в составную часть государственного итогового междисциплинарного экзамена.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка услуг и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-11).

Успешное усвоение учебного материала должно обеспечитьстудентам:

Знания:

- особенностей рекламной деятельности на предприятиях сервиса и туризма;
- отечественного законодательства в области рекламы;
- конъюнктуры рекламного рынка в России и зарубежом.

Умения:

- организовывать и осуществлять рекламные кампании;
- анализировать рекламные обращения, в том числе направленные напродвижение продукта предприятий сервиса и туризма;
- выбирать оптимальные средства распространения рекламы;
- анализировать медиаплан рекламной кампании;
- оценивать эффективность рекламной деятельности.

Навыки:

- работы в менеджера по рекламе на предприятии сервиса и туризма.

1. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов. Структура и содержание дисциплины представлены в таблице ниже.

Структура дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц	Семестр
Аудиторные занятия	72/2	7
В том числе:		
Лекции	36/1	7
Практические занятия (ПЗ)	36/1	7
Семинары (С)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа (всего)	72/2	7
В том числе:		
Курсовой проект(работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Реферат	-	-
Другие виды самостоятельной работы	-	-
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	36/1	7
Общая трудоемкость	180/5	7