

Аннотация дисциплины Б.1.2.5 Дисциплина. Реклама в индустрии гостеприимства

Дисциплина "Реклама в индустрии гостеприимства" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Сервис в индустрии гостеприимства" направления подготовки "43.03.01 Сервис".

Дисциплина изучается в 6, 7 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 180/5 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме без контрольной акции, экзамен.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-2 Способен к осуществлению деятельности по управлению проектами в сфере сервиса
2. ПК-5 Способен разрабатывать бизнес-планы создания развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов) и оценивать их эффективность

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Открытые источники о целевой аудитории: wordstat.yandex, google trends
Половозрастная статистика по поисковым запросам от mail.ru
Отзывы и мнения о тематических сообществах: социальные сети, форумы, сайты отзывов
Кейсы и мнения экспертов по теме
Трудоемкость выполнения задач с учетом возможностей группы разработчиков
Интеграции полученных компонент в единую систему
Разработка эксплуатационной документации.
Изучение технической документации, адресации памяти и регистров,
2. Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре). Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I» Сущность рекламного творчества. Цели и задачи креативной деятельности. Критерии креативности. Барьеры креативности.
Методы оценки финансовых активов
Место копирайтинга в анализе ценообразование на различные финансовые инструменты
Копирайтинг и принятие обоснованных инвестиционных решений на финансовых рынках и
Копирайтинг и управление инвестиционным портфелем.
Оценка текстов копирайтера. Универсальное и специализированное программное обеспечение, необходимое для целей аудита компании и информационного обеспечения профессиональной деятельности.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, игровые процедуры, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, задания, информационные, лекция с элементами мозгового штурма, проблемная лекция, ролевая игра, классическая лекция.