

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2025 00:00:46
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к рабочей
программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	<i>Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии</i>
Направление подготовки	<i>43.03.02 Туризм</i>
Направленность (профиль) /	<i>Технологии организации туристской деятельности</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Разработчик(и)	<i>Лось Михаил Анатольевич, старший преподаватель</i>

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися «Отсутствуют».

2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак.ч.)*
1	2	3	4	5	6
	УВ №6, Практическое занятие 4, "Рекламные исследования и определение целей рекламы"	Проведение рекламного исследования и презентация по нему	презентация и защита на занятии.	5	20
	УВ №9, Практическое занятие 6, "Разработка рекламного обращения"	Создание рекламных сообщений, которые привлекают внимание целевой аудитории и стимулируют интерес к туристическому продукту	Презентация и защита на занятии.	5	20
	УВ №16, Практическое занятие 11, "Защита рефератов"	Подготовка реферата заданной теме по разработанным рекомендациям и презентации для последующей защиты	реферат, презентация и защита на занятии.	10	20
	УВ №1-24	Подготовка к занятиям	Повторение лекционного материала и дополнительной литературы	0	18
	УВ №1-24	Подготовка к экзамену	Повторение изученного материала	0	18
				Всего 20	Всего 96

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

УВ №6, Практическое занятие 4, "Рекламные исследования и определение целей рекламы". Цель задания - научиться проводить рекламные исследования, анализировать полученные данные и определять цели рекламной кампании для туристического продукта.

Описание задания: вы работаете в туристической компании, которая планирует запустить новый туристический продукт. Ваша задача — провести рекламное исследование, анализировать полученные данные и определить цели рекламной кампании.

Этапы выполнения задания:

1) *определение целевой аудитории (опишите целевую аудиторию вашего туристического продукта (возраст, пол, интересы, географическое положение и т.д.));*

2) *проведение рекламного исследования: (разработка анкеты для сбора данных о предпочтениях и потребностях целевой аудитории; проведение опроса среди минимум 20 человек из целевой аудитории; анализ полученных данных; выводы);*

3) *анализ конкурентов (изучение рекламных кампаний конкурентов; определение сильных и слабых сторон их рекламных стратегий; определение целей рекламы конкурентов).*

4) *определение целей рекламы (на основе проведенного исследования и анализа конкурентов, определите основные цели вашей рекламной кампании (например, повышение узнаваемости бренда, увеличение продаж, привлечение новых клиентов и т.д.), сформулируйте цели рекламы в виде конкретных, измеримых, достижимых, релевантных и ограниченных во времени (SMART) задач,*

5) *Разработка стратегии достижения целей (предложите стратегии и тактики, которые помогут достичь поставленных целей, опишите, какие рекламные каналы и инструменты вы будете использовать (социальные сети, контекстная реклама, email-маркетинг и т.д.), объясните, почему вы выбрали именно эти стратегии и тактики).*

6) *Оценка эффективности: предложите метрики, которые вы бы использовали для оценки эффективности вашей рекламной кампании (например, количество кликов, конверсии, вовлеченность и т.д.), объясните, как вы будете собирать и анализировать эти метрики.*

Для выполнения задания вы можете выбрать один из следующих туристических продуктов: экскурсионный тур по историческим местам, активный отдых (походы, рафтинг, скалолазание), пляжный отдых на экзотическом острове, культурный тур с посещением музеев и галерей, гастрономический тур с дегустацией местной кухни.

Форма отчетности: презентация в формате PowerPoint или PDF (не более 15 слайдов).

Критерии оценки: тщательность и точность проведенного рекламного исследования, глубина анализа конкурентов и их рекламных стратегий, четкость и обоснованность формулировки целей рекламы, практическая применимость предложенных стратегий и тактик, логичность и обоснованность выбора метрик для оценки эффективности.

УВ №9, Практическое занятие 6, "Разработка рекламного обращения". *Цель - научиться создавать эффективные рекламные сообщения, которые привлекают внимание целевой аудитории и стимулируют интерес к туристическому продукту.*

Описание задания: Вы работаете в туристической компании, которая планирует запустить новый туристический продукт. Ваша задача — разработать рекламное сообщение, которое будет использоваться в различных каналах продвижения (социальные сети, веб-сайт, email-рассылки и т.д.).

Этапы выполнения задания:

1) *Исследование целевой аудитории: определите целевую аудиторию вашего туристического продукта (возраст, пол, интересы, географическое положение и т.д.); проведите анализ потребностей и предпочтений вашей целевой аудитории.*

2) *Анализ конкурентов: изучите рекламные сообщения конкурентов; определите сильные и слабые стороны их рекламных кампаний.*

3) *Разработка уникального торгового предложения (УТП): определите, что делает ваш туристический продукт уникальным и привлекательным для целевой аудитории; сформулируйте УТП в одном-двух предложениях.*

4) *Создание рекламного сообщения: напишите текст рекламного сообщения (не более 200 слов); включите в текст УТП, основные преимущества продукта и призыв к действию.*

5) *Визуальное оформление: опишите, какие визуальные элементы (изображения, видео, графика) вы бы использовали для поддержки вашего рекламного сообщения; объясните, почему вы выбрали именно эти элементы.*

- б) *Выбор каналов продвижения: определите, какие каналы продвижения вы бы использовали для распространения вашего рекламного сообщения (социальные сети, веб-сайт, email-рассылки и т.д.); объясните, почему вы выбрали именно эти каналы.*
- 7) *Оценка эффективности: предложите метрики, которые вы бы использовали для оценки эффективности вашей рекламной кампании (например, количество кликов, конверсии, вовлеченность и т.д.).*

Для выполнения задания вы можете выбрать один из следующих туристических продуктов: экскурсионный тур по историческим местам, активный отдых (походы, рафтинг, скалолазание), пляжный отдых на экзотическом острове, культурный тур с посещением музеев и галерей, гастрономический тур с дегустацией местной кухни.

Форма отчетности: презентация в формате PowerPoint или PDF (не более 15 слайдов).

Критерии оценки: творческий подход и оригинальность рекламного сообщения; соответствие рекламного сообщения целевой аудитории; четкость и ясность формулировки УТП; логичность и обоснованность выбора визуальных элементов и каналов продвижения; практическая применимость предложенных метрик для оценки эффективности.

УВ №16, Практическое занятие 11, "Защита рефератов". *Реферат - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Обязательные разделы реферата: титульный лист, оглавление, введение (актуальность, цели, задачи), основная часть (1-3 раздела), заключение, библиографический список, приложения. Оформляется реферат по требованиям к письменным работам студентов. Объем работы до 20 страниц. Критерии оценивания реферата: полнота раскрытия темы, ясность, логичность и структурированность работы, соответствие требованиям оформления. Требования к презентации: 7-10 слайдов, четкая структура (титульный лист, оглавление, введение с актуальностью, целями, задачами), основная часть, заключение, библиографический список). Критерии оценивания презентации: структурированность, оригинальность, эстетичность. Темы реферата можно посмотреть в системе Moodle в карточке дисциплины в УВ №16, Практическое занятие 11, "Защита рефератов". Темы студенты между собой распределяют самостоятельно.*

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проходит в устной форме в виде ответа на вопросы экзаменационного билета. Учащийся выбирает один билет из предложенных с двумя вопросами, сгруппированными случайным образом. Каждый вопрос в билете оценивается по 5-ти бальной шкале. Итоговая оценка равна среднему арифметическому баллу по 2 вопросам (полученное значение округляется до ближайшего целого числа). Учащийся имеет время на подготовку.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он владеет понятийным аппаратом, демонстрирует глубину и полное овладение содержанием учебного материала, в котором легко ориентируется;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, за умение грамотно излагать материал, но при этом содержание и форма ответа могут иметь отдельные неточности;

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент обнаруживает знания и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, не умеет доказательно обосновывать свои суждения;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл.