

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Цель программы: формирование у обучающихся системного представления о современной рекламной деятельности в сфере сервиса, а также развитие практических навыков анализа, проектирования, реализации и оценки эффективности рекламных кампаний для предприятий и организаций, оказывающих услуги различным категориям потребителей.

Программа направлена на освоение инструментов традиционной и цифровой рекламы, формирование навыков продвижения сервисных продуктов, работы с целевыми аудиториями, рекламными сообщениями, медиаканалами, брендом, репутацией и клиентским опытом в условиях высокой конкуренции и цифровизации рынка услуг.

В результате освоения программы слушатель:

–получит представление о сущности, целях, функциях и современных направлениях развития рекламной деятельности в сфере сервиса;

–познакомится со спецификой продвижения услуг, сервисных продуктов и клиентского опыта на современном рынке;

–освоит общую логику разработки рекламной кампании, включая анализ ситуации, определение целевой аудитории, постановку целей, выбор каналов коммуникации, разработку рекламного сообщения и оценку результатов;

–получит представление о подходах к формированию ценностного предложения и уникальных преимуществ сервисной организации;

–познакомится с основными инструментами традиционной и цифровой рекламы, применяемыми для продвижения услуг;

–приобретет навыки анализа рекламной активности организаций, работающих на рынке сервисных услуг;

–получит представление о ключевых показателях и методах оценки эффективности рекламной деятельности;

–освоит базовые принципы разработки рекламных сообщений с учетом особенностей потребительского поведения и специфики сферы услуг;

–познакомится с подходами к подготовке рекламных и презентационных материалов для сервисных организаций;

–получит опыт разработки элементов рекламной кампании для предприятия сферы сервиса.

Объем программы: 3 з.е., 108 академических часов, из них аудиторных 32 часа.

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

Период обучения: с сентября 2026 г. по декабрь 2026 г.

Ограничение по количеству обучающихся: 30 человек.

Структура программы:

Модуль 1. Рекламная деятельность в сфере сервиса

1.1. Сущность и роль рекламы в сфере услуг

1.2. Потребительское поведение и клиентский опыт в сервисной деятельности

- 1.3. Рынок рекламы и современные коммуникационные каналы
- 1.4. Бренд и рекламное позиционирование предприятия сервиса
- Модуль 2. Разработка рекламной кампании для предприятия сервиса*
- 2.1. Анализ рынка, конкурентов и целевой аудитории
- 2.2. Цели, стратегия и креативная концепция рекламной кампании
- 2.3. Разработка рекламного сообщения
- 2.4. Медиапланирование и бюджетирование рекламной кампании
- Модуль 3. Цифровая реклама и продвижение в онлайн-среде*
- 3.1. Контекстная и таргетированная реклама
- 3.2. SMM и контент-реклама в продвижении сервисных продуктов
- 3.3. Репутационные коммуникации и работа с отзывами в сфере сервиса
- 3.4. Продвижение сервисных организаций на цифровых платформах
- Модуль 4. Оценка эффективности рекламной деятельности*
- 4.1. Показатели эффективности рекламы
- 4.2. Экономическая эффективность рекламных кампаний в сфере сервиса
- 4.3. Разработка итогового рекламного проекта



Руководитель программы:

Старший преподаватель Высшей школы сервиса и торговли,
Туриева Александра Станиславовна