Аннотация к рабочей программе дисциплины

Б1.О.16 «РЕКЛАМА В ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Объем трудоемкости дисциплины для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм, ОФО: 3 зачетные.

Цель дисциплины: освоение дисциплины «Реклама в туристской-экскурсионной деятельности» направленно на формирование у обучающихся теоретических и практических знаний о современных понятиях и принципах в области рекламы, как о важнейшей составляющей системы маркетинговых коммуникаций и мощном инструменте продвижения на рынок товаров и услуг в туристско-экскурсионной деятельности в соответствии с требованиями современной рыночной экономики.

Задачи дисциплины:

– получение обучающими знаний по истории рекламы и структуре современного рекламного процесса;

– получение обучающимися знаний об эффективности создания рекламного продукта в туристско-экскурсионной деятельности;

– получение обучающимися знаний об объектах, субъектах, средствах и каналах маркетинговых коммуникаций в туристско-экскурсионной деятельности;

– получение обучающимися знаний о специфике социально-психологических основ рекламы в туристско-экскурсионной деятельности;

– получение обучающимися знаний о стратегии и тактики ведения рекламной деятельности, организации и управлении рекламного отдела предприятий в туристско-экскурсионной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО.

Дисциплина «Реклама в туристско-экскурсионной деятельности» относится к обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули). Актуальность курса «Реклама в туристско-экскурсионной деятельности» напрямую связана с интенсивностью роста развития и обновления структуры российской экономики. Наступило время рынка потребителя и удовлетворения его спроса. Знания теоретических основ рекламы позволяют специалистам-маркетологам стимулировать сбыт продукта туристского предприятия путем продвижения, а также изучать, формировать и прогнозировать спрос, разрабатывать и анализировать сбытовую и ценовую политику предприятия в туристско-экскурсионной деятельности.

Освоение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Туристский маркетинг», «Организация деятельности туристского предприятия», «Связи с общественностью», «Информационно-коммуникационные технологии и анализ данных».

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Реклама в туристской-экскурсионной деятельности».

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	
ИОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов	***Знает:*** - теоретические и методологические основы рекламного дела в туристско-экскурсионной деятельности; - принципы подготовки и представления рекламного продукта в туристско-экскурсионной деятельности;
	Умеет: – ориентироваться в основных правилах применения важнейших теоретических положений и принципов рекламного дела туристско-экскурсионной деятельности; - использовать современные средства и каналы рекламы и маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения туристско-экскурсионного продукт потребителям; - организовать рекламную деятельность туристско-экскурсионного предприятия;
	Владеет: – навыками планирования и построения бюджета эффективной рекламной кампанией; - навыками принятия решений о выборе средств и каналов распространения реклама туристско-экскурсионной деятельности;
ИОПК-4.2 Знает и умеет использовать основные методы продаж туристских услуг, в том числе онлайн	***Знает:*** - цели и необходимость организации рекламной деятельности туристско-экскурсионного предприятия; - особенности рекламы на предприятиях туристско-экскурсионной направленности;
	Умеет: - использовать современные средства и каналы рекламы и маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения туристско-экскурсионного продукта потребителям; - организовать рекламную деятельность туристско-экскурсионного предприятия;
	Владеет: – навыками принятия решений о выборе средств и каналов распространения рекламы в туристско-экскурсионной деятельности;
ИОПК-4.3 Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет	***Знает:*** – современные технологии формирования и продвижения рекламного продукта предприятий в туристской и экскурсионной деятельности.
	Умеет: – использовать современные рекламные стратегии для достижения целей маркетинга в туристско-экскурсионной деятельности.
	Владеет: – навыками подбора партнеров по реализации рекламной стратегии в туристско-экскурсионной деятельности.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1.	Сущность, содержание, роль и основные этапы развития современной рекламы в туристско-экскурсионной деятельности	15,4	1	-	15
2.	Виды и особенности рекламы в системе маркетинговых коммуникаций туристско-экскурсионной деятельности	15,4	1	-	15
3.	Принятие решений о рекламном обращении	12	-	-	10
4.	Выбор средств и каналов распространения рекламы	12	-	2	10
5.	Планирование рекламной деятельности туристско-экскурсионного предприятия. Информационное обеспечение рекламы	12	-	2	10
6.	Организация рекламной деятельности туристско-экскурсионного предприятия	12	-	2	10
7.	Контроль рекламной деятельности	12	1	-	12

	туристско-экскурсионного предприятия				
8.	Правовое регулирование рекламной деятельности. Работа рекламного агентства	13	1	-	12
ИТОГО по разделам дисциплины			**4**	**6**	**94**
Контроль самостоятельной работы (КСР)		**-**			
Промежуточная аттестация (ИКР)		**0,2**			
Подготовка к текущему контролю		**3,8**			
Общая трудоемкость по дисциплине		**108**			

Курсовые работы: *не предусмотрены.*
Форма проведения аттестации по дисциплине: *Зачет.*

Автор РПД ст. преподаватель _____ А.А. Жуликов