

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 обучающимися 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 туристскоэкскурсионной 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	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические и методологические основы рекламного дела в туристско-экскурсионной деятельности;</li> <li>- принципы подготовки и представления рекламного продукта в туристско-экскурсионной деятельности;</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в основных правилах применения важнейших теоретических положений и принципов рекламного дела туристско-экскурсионной деятельности;</li> <li>- использовать современные средства и каналы рекламы и маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения туристско-экскурсионного продукт потребителям;</li> <li>- организовать рекламную деятельность туристско-экскурсионного предприятия;</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками планирования и построения бюджета эффективной рекламной кампанией;</li> <li>- навыками принятия решений о выборе средств и каналов распространения реклама туристско-экскурсионной деятельности;</li> </ul>
ИОПК-4.2 Знает и умеет использовать основные методы продаж туристских услуг, в том числе онлайн	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цели и необходимость организации рекламной деятельности туристско-экскурсионного предприятия;</li> <li>- особенности рекламы на предприятиях туристско-экскурсионной направленности;</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать современные средства и каналы рекламы и маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения туристско-экскурсионного продукта потребителям;</li> <li>- организовать рекламную деятельность туристско-экскурсионного предприятия;</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками принятия решений о выборе средств и каналов распространения рекламы в туристско-экскурсионной деятельности;</li> </ul>
ИОПК-4.3 Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные технологии формирования и продвижения рекламного продукта предприятий в туристской и экскурсионной деятельности.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать современные рекламные стратегии для достижения целей маркетинга в туристско-экскурсионной деятельности.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками подбора партнеров по реализации рекламной стратегии в туристско-экскурсионной деятельности.</li> </ul>

### 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	12	2	2	20
2.	Виды и особенности рекламы в системе маркетинговых коммуникаций туристско-экскурсионной деятельности	14,4	2	6	20
3.	Принятие решений о рекламном обращении	12	2	4	20
4.	Выбор средств и каналов распространения рекламы	12	2	4	31,8
5.	Планирование рекламной деятельности	14,2	2	6	6

	туристско-экскурсионного предприятия. Информационное обеспечение рекламы				
6.	Организация рекламной деятельности туристско-экскурсионного предприятия	12	2	6	8
7.	Контроль рекламной деятельности туристско-экскурсионного предприятия	12	2	2	6
8.	Правовое регулирование рекламной деятельности. Работа рекламного агентства	14,2	2	4	8
<b>ИТОГО по разделам дисциплины</b>			<b>16</b>	<b>34</b>	<b>52,8</b>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	<b>5</b>			
	Промежуточная аттестация (ИКР)	<b>0,2</b>			
	Подготовка к текущему контролю	-			
	Общая трудоемкость по дисциплине	<b>108</b>			

**Курсовые работы:** *не предусмотрены.*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *Зачет.*

Автор РПД ст. преподаватель А.А. Жуликов