

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Реклама в туризме и сервисе»

Направление подготовки бакалавров 43.03.01 – «Сервис»

Профиль подготовки «Социокультурный сервис»

Кафедра туризма и сервиса

<b>Цель изучения дисциплины</b>	Формирование у студентов системы знаний о рекламе как о системной деятельности организации и наборе эффективных инструментов, необходимых для функционирования предприятий сферы сервиса и туризма в условиях высокой конкуренции, а также компетенций в области применения рекламы в будущей профессиональной деятельности.
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>	Тема 1. Реклама: понятие, функции, принципы. Тема 2. История развития рекламы Тема 3. Социально-психологические основы рекламы Тема 4. Правовое регулирование рекламы Тема 5. Рекламные средства. Тема 6. Фирменный стиль предприятия сферы туризма и сервиса, как средство рекламы Тема 7. Рекламный бизнес. Тема 8. Рекламная кампания на предприятиях сферы туризма и сервиса Тема 9. Разработка рекламного продукта
<b>Пререквизиты дисциплины</b>	Дисциплина «Реклама в туризме и сервисе» базируется на освоении студентами учебного курса «Маркетинг», в частности рассматривается значение рекламы в системе маркетинговой деятельности организации и комплексе маркетинговых коммуникаций, а также «Деловые коммуникации и культура речи», «Методика организации и проведения социокультурных мероприятий», «Организация контактной зоны в социокультурном сервисе».
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	(ОПК-4) Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов (ПКО-1) Способен к разработке и совершенствованию клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКО-5) Способен участвовать в разработке инновационных решений при осуществлении сервисной деятельности
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные понятия рекламы в туризме и сервисе: имидж, фирменный стиль, бренд и процедура брендинга, как инструмент продвижения сервисного продукта, важнейшие факторы развития рекламных услуг;</li><li>- роль рекламы в деятельности организации сферы туризма и сервиса;</li><li>- основы планирования рекламной компании продвижение и реализация сервисного продукта, в том числе на предприятиях сферы туризма и сервиса;</li><li>- особенности реализации рекламных проектов;</li><li>- основы правового регулирования в области рекламы.</li></ul> <b>Уметь:</b>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- решать стандартные задачи профессиональной деятельности;</li> <li>- подготавливать и реализовать рекламные проекты;</li> <li>- решать проблемы продвижения сервисного продукта и услуг;</li> <li>- планировать и проводить рекламную кампанию с целью продвижения сервисного продукта, в том числе на предприятиях сферы туризма и сервиса.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами реализации рекламных проектов и конкурентной борьбы в сфере туризма и сервиса;</li> <li>- навыками анализа рекламных и иных информационных материалов, методикой их составления и изготовления;</li> <li>- навыками продвижения сервисного продукта, в том числе на предприятиях сферы туризма и сервиса;</li> <li>- навыками работы с нормативными документами, регулирующими рекламную деятельность.</li> </ul> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социально-психологические аспекты рекламы;</li> <li>- общие правила общения с потребителями сервисного продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов;</li> <li>- особенности рекламной коммуникации;</li> <li>- понятие рекламного процесса и особенности взаимодействия его участников.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <p>применять правила общения с потребителями сервисного продукта, направленными на обеспечение процесса их обслуживания;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять принципы взаимодействия между участниками рекламной коммуникации;</li> <li>- решать задачи взаимодействия предприятий туризма и сервиса и рекламных агентств;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками делового общения в целях обеспечения высокой конкурентной позиции организации в сфере туризма и сервиса;</li> <li>- навыками современных коммуникативных технологий рекламного продвижения.</li> </ul> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие современных рекламных средств, в том числе рекламы в интернете, рекламы на интернет-порталах, социальных сетях, блогах;</li> <li>- понятие таргетированной рекламы;</li> <li>- виды инновационной рекламы и технологии ее использования при проведении различных массовых мероприятий.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать инновационные решения при осуществлении рекламной деятельности.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения современных средств поиска информации и ее использования при осуществлении сервисной деятельности;</li> <li>- навыками продвижения сервисного продукта как инновационного проекта.</li> </ul>
<p><b>Используемые инструментальные и</b></p>	<p>Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет Microsoft Office, 7-Zip, AcrobatReader.</p>

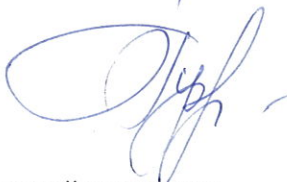
<p><b>программные средства:</b></p> <p><b>Формы текущего контроля:</b></p>	<p>Для оценивания результатов обучения студентов (знания) используются следующие процедуры и технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>тестирование;</i></li> <li>– <i>устный опрос;</i></li> <li>– <i>письменные ответы на вопросы.</i></li> </ul> <p>Для оценивания результатов обучения студентов (уметь, владеть) используются следующие процедуры и технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>практические задания, включая анализ текстов, анализ нормативно-правовой документации, подготовка рекламных продуктов, подготовка и проблемно-концептуальных докладов по заданию преподавателя и их публичное представление.</i></li> </ul>
<p><b>Форма промежуточного контроля знаний:</b></p>	<p>Зачет</p>

Составитель аннотации



Суханова К.А.

Заведующий кафедрой ТиС



Гужова Л.Г.

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 43.03.01