

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

Цель изучения дисциплины	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.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	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
Пререквизиты дисциплины	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».
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	(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
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: - основные понятия рекламы в туризме и сервисе: имидж, фирменный стиль, бренд и процедура брендинга, как инструмент продвижения сервисного продукта, важнейшие факторы развития рекламных услуг; - роль рекламы в деятельности организации сферы туризма и сервиса; - основы планирования рекламной компании продвижение и реализация сервисного продукта, в том числе на предприятиях сферы туризма и сервиса; - особенности реализации рекламных проектов; - основы правового регулирования в области рекламы. Уметь:

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

программные средства:	
Формы текущего контроля:	<p>Для оценивания результатов обучения студентов (знания) используются следующие процедуры и технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>тестирование;</i> - <i>устный опрос;</i> - <i>письменные ответы на вопросы.</i> <p>Для оценивания результатов обучения студентов (уметь, владеть) используются следующие процедуры и технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <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>
Форма промежуточного контроля знаний:	Зачет

Составитель аннотации

Суханова К.А.

Суханова К.А.

Заведующий кафедрой ТиС

Гужова Л.Г.

Гужова Л.Г.

Председатель учебно-методической комиссии
направления 43.03.01

Дробь О.Б.

