

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Реклама в туризме и сервисе»  
 Направление подготовки бакалавров 43.03.02 – «Туризм»  
 Профиль подготовки «Технология и организация туристской деятельности»

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 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 в сфере туризма и комплексе маркетинговых коммуникаций, а также «Деловые коммуникации и культура речи», «Сервисная деятельность», «Организация туристско-экскурсионной деятельности».
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта ПКО-1 Способен организовывать работу исполнителей, принимать решение об организации туристской деятельности ПКО-3 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий ПКО-4 Способен организовывать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	<b>Знать:</b> - основные понятия рекламы в туризме: имидж, фирменный стиль, бренд и процедура брендинга, как инструмент продвижения сервисного продукта, важнейшие факторы развития рекламных услуг; - роль рекламы в деятельности организации в сфере туризма; - основы планирования рекламной компании продвижение и реализация туристского продукта на предприятиях сферы туризма; - особенности реализации рекламных проектов. <b>Уметь:</b> - решать стандартные задачи профессиональной деятельности; - подготавливать и реализовать рекламные проекты; - решать проблемы продвижения туристского продукта и услуг;

- планировать и проводить рекламную кампанию с целью продвижения туристского продукта;
- решать задачи взаимодействия предприятий туризма и рекламных агентств.

**Владеть:**

- методами реализации рекламных проектов и конкурентной борьбы в сфере туризма;
- навыками анализа рекламных и иных информационных материалов, методикой их составления и изготовления;
- навыками продвижения туристского продукта и турпродукта.

**Знать:**

- особенности рекламной коммуникации;
- понятие рекламного процесса и особенности взаимодействия его участников;
- общие правила общения в процессе организации работы исполнителей, обеспечивающих процесс обслуживания потребителей и (или) туристов;

**Уметь:**

- применять правила общения в процессе организации работы исполнителей;
- применять принципы взаимодействия между участниками рекламной коммуникации;
- решать задачи взаимодействия предприятий туризма и рекламных агентств;

**Владеть:**

- навыками делового общения в целях обеспечения высокой конкурентной позиции организации в сфере туризма.

**Знать:**

- основные информационно-коммуникационные технологии, применяемые для создания рекламного продукта и при осуществлении рекламной деятельности;
- понятие современных рекламных средств, в том числе рекламы в интернете, рекламы на интернет-порталах, социальных сетях, блогах;
- виды инновационной рекламы и технологии ее использования при проведении различных массовых мероприятий.

**Уметь:**

- разрабатывать технологии обслуживания туристов с использованием информационно-коммуникативных технологий при осуществлении рекламной деятельности;
- применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий при осуществлении рекламной деятельности.

**Владеть:**

- навыками применения современных средств поиска информации и культурой применения информационно-коммуникационных технологий при осуществлении рекламной деятельности на предприятиях сферы туризма.

**Знать:**

- основы нормативно-правового регулирования в области рекламы;
- социально-психологические аспекты рекламы;
- особенности рекламной коммуникации в процессе обслуживания с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных

	<p>технологий</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять практику реализации основных нормативно-правовых документов, регулирующих рекламную и иную информационную деятельность предприятий в сфере туризма.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с нормативными документами, регулирующими рекламную деятельность;</li> <li>- навыками современных коммуникативных технологий рекламного продвижения.</li> </ul>
<b>Используемые инструментальные и программные средства:</b>	Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет Microsoft Office, 7-Zip, AcrobatReader
<b>Формы текущего контроля:</b>	<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>
<b>Форма промежуточного контроля знаний:</b>	Зачет

Составитель аннотации

*А*

Суханова К.А.

Заведующий кафедрой ТиС

*Гужова Д.Д.*

Гужова Д.Д.

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 43.03.02

*Ареся О.Б.*

