

Реклама в туристской индустрии

1 Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов компетенций и целостных, систематизированных знаний об организационно-экономических основах рекламной деятельности туристского предприятия.

2 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Реклама в туристской индустрии» входит в вариативную часть (Б1.В.ДВ.10) дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

Изучение дисциплины «Реклама в туристской индустрии» базируется на положениях следующих дисциплин: «Организация туристской деятельности», «Организация и технология туристских путешествий», «Менеджмент в туристской деятельности», «Маркетинг в туристской деятельности», «Правовое регулирование в туристской индустрии».

Основные положения данной дисциплины могут быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Организация обслуживания», «Технология и организация услуг питания», а также при выполнении выпускной квалификационной работы.

3 Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами ФГОС ВО дисциплина «Реклама в туристской индустрии» обеспечивает формирование следующих компетенций бакалавра:

- готовность к реализации проектов в туристской индустрии ПК-3
- способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий ПК-11

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- сущность современной рекламы, её особенностей в индустрии туризма;
- этапы процесса планирования рекламных кампаний;
- психологию и модели восприятия потенциальными покупателями рекламных сообщений;
- порядок формирования рекламного обращения;
- основные рекламные средства, применяемые в туризме.

уметь:

- классифицировать туристскую рекламу по способу применения в отдельных видах туризма;

- разрабатывать рекламные обращения;
- применять оптимальные формы и средства воздействия рекламы на потребителя;
- выбирать средства распространения рекламы;
- рассчитывать и формировать бюджет рекламы; оценивать эффективность рекламы;
- выбирать рекламные способы, подходящие для того или иного туристского бизнеса;
- разбираться в Интернет-рекламе как одном из перспективных средств рекламы в туризме.

владеть:

- навыками расчета бюджета рекламы;
- навыками выбора средств распространения рекламы;
- методами (способами) создания рекламного обращения;
- навыками оценки эффективности рекламы.

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ч.