

Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 03.09.2024 13:28:00

Университетский программный продукт

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

рабочей программой учебной дисциплины "Б1.В.ДВ.06.01 Реклама в туризме"

направления подготовки бакалавров "43.03.02 Туризм"

профиля подготовки "Технология и организация туроператорских и турагентских услуг"

программа подготовки "бакалавр"

Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Реклама в туризме» является формирование у студентов представлений о сущности, структуре и основных функциях рекламы; выявление специфики современных рекламных технологий и особенностей их использования в и туризме, изучение основ организации рекламной деятельности в туризме; формирование знаний и элементарных навыков работы в области рекламы в сфере туризма в соответствии с требованиями современной рыночной экономики.

Задачами курса являются:

- освоение понятийного аппарата, категорий и принципов изучаемого курса;
- изучение содержания и структуры процессов рекламной деятельности предприятий сферы туризма;
- выявление специфики рекламных технологий и формирование навыков их применения в практической деятельности предприятий сферы туризма.

Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Тема 1. Современная реклама в системе маркетинговых коммуникаций и ее задачи в сфере туризма
Тема 2. Законодательные основы рекламы
Тема 3. Основные принципы и методы рекламной деятельности в туризме
Тема 4. Основы разработки рекламных объявлений и текстов в туризме
Тема 5. Социально-психологические особенности рекламы в туризме
Тема 6. Средства распространения рекламы в туризме
Тема 7. Разработка рекламной кампании
Тема 8. Оценка эффективности рекламной деятельности
Промежуточная аттестация

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Реклама в туризме» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 и дает необходимые знания об основах рекламной деятельности в сфере туризма.

Курс «Реклама в туризме» связан практически со всеми предыдущими дисциплинами, так как востребованность бакалавра по данному профилю на рынке труда, его конкурентоспособность в значительной степени зависят от наличия умения эффективно общаться, от знаний приемов и технологий воздействия на массовое сознание, убеждения, технологий разработки и создания рекламного продукта. В процессе изучения дисциплины «Реклама в туризме» студенты используют знания, полученные при изучении таких



дисциплин как «Информационно-коммуникативные технологии в туристской деятельности», «Организация туроперейтинга», «Организация туристской деятельности», «Брендинг территорий», «Технологии продаж» и др.

Дисциплина «Реклама в туризме» является предшествующей для следующих дисциплин: «Инновации в туризме», «Технологии туристской деятельности», «Стратегический маркетинг в туризме» и др.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

ПКУВ-4: Способен к созданию и реализации туристского продукта с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий		
ПКУВ-4.1 Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста		
современные информационно-коммуникативные технологии при формировании туристского продукта, с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; принципы разработки и применения технологий обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий.	разрабатывать экскурсионные маршруты; разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий.	навыками разработки и применения технологий обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий; методами формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий, с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.
ПКУВ-4: Способен к созданию и реализации туристского продукта с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий		
ПКУВ-4.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг		
современные методы и информационные технологии, позволяющие наиболее эффективно осуществлять продажу туристского продукта.	организовывать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	современными технологиями продажи туристского продукта; навыками создания экономических условий для организации эффективной сбытовой сети предприятий индустрии туризма.
ПКУВ-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий		
ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта		
методы оценки направлений продвижения экскурсионных программ, системы продвижения туристских продуктов.	применять современные информационные и коммуникативные технологии в реализации туристского продукта и предоставлении услуг	навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий
ПКУВ-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий		
ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний		
методы оценки направлений продвижения экскурсионных программ, системы продвижения туристских продуктов.	осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов, разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных кампаний	навыками оценки эффективности проводимых мероприятий по продвижению и отбору наиболее эффективных каналов, корректировки рекламных кампаний.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами		
- основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.	- вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.	- современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связанных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
УК-4.2 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации		



в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках		
основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм	навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках		
- основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции;- правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка.	- определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	- навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия		
этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства	осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;	различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений

Дисциплина "Реклама в туризме" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 180 часа, 5 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: Экзамен.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Калашникова Светлана Валентиновна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

