

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Таганрогского института  
имени А.П. Чехова (филиала)  
РГЭУ (РИНХ)  
\_\_\_\_\_ Голобородько А.Ю.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Рабочая программа дисциплины  
Реклама в туризме**

направление 43.03.02 Туризм  
направленность (профиль) 43.03.02.01 Организация туристической деятельности

Для набора \_\_\_\_\_ года

Квалификация  
Бакалавр

**КАФЕДРА экономики и гуманитарно-правовых дисциплин****Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	3		4		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	4	4			4	4
Практические	4	4	2	2	6	6
Итого ауд.	8	8	2	2	10	10
Контактная работа	8	8	2	2	10	10
Сам. работа	64	64	30	30	94	94
Часы на контроль			4	4	4	4
Итого	72	72	36	36	108	108

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 26.04.2022 протокол № 9/1.

Программу составил(и): канд. экон. наук, Доц., Лысенко Е.А. \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой: Сердюкова Ю.А. \_\_\_\_\_

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	формирование систематизированного представления об основах рекламной деятельности, ее специфике в сфере туризма с целью создания туристского продукта и его продвижения с использованием информационных и коммуникативных технологий
-----	--

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

<b>ОПК-4.1:</b>	Выполняет маркетинговые исследования субъектов туристского рынка, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых туристских продуктов, экскурсионных маршрутов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства
<b>ОПК-4.2:</b>	Формирует каналы сбыта туристских продуктов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства
<b>ОПК-4.3:</b>	Внедряет маркетинговые исследования и программы в деятельность предприятий сферы туризма, в том числе с использованием сети Интернет
<b>ПК-3.1:</b>	Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта
<b>ПК-3.2:</b>	Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов
<b>ПК-3.3:</b>	Разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

<b>Знать:</b>	основы и специфику маркетинговых исследований субъектов туристского рынка; основные виды рекламной коммуникации и формы ее проявления в сфере туризма.
<b>Уметь:</b>	применять методы продвижения туристского продукта и формировать перспективные прогнозы развития туристского спроса и предложения; анализировать содержание рекламной коммуникации.
<b>Владеть:</b>	эффективной организации рекламной коммуникации в туризме; разрешения проблемных ситуации, возникающих в ходе реализации туристского продукта.

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Основы рекламы в туризме</b>				
1.1	Исторические этапы становления рекламы. Сущность и функции рекламы. Классификация рекламы. Социально-психологические основы рекламной деятельности /Лек/	3	2	ОПК-4.1 ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
1.2	Исторические этапы становления рекламы. Сущность и функции рекламы. Классификация рекламы. Социально-психологические основы рекламной деятельности /Пр/	3	2	ОПК-4.1 ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
1.3	Исторические этапы становления рекламы. Сущность и функции рекламы. Классификация рекламы. Социально-психологические основы рекламной деятельности Подготовка докладов с использованием Microsoft Office. /Ср/	3	32	ОПК-4.1 ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
	<b>Раздел 2. Особенности рекламной деятельности в туризме</b>				
2.1	Виды и жанры рекламы в туристическом бизнесе. Специфика построения рекламной стратегии в туристическом бизнесе. Фирменный стиль объектов туристического бизнеса /Лек/	3	2	ОПК-4.3 ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.2	Виды и жанры рекламы в туристическом бизнесе. Специфика построения рекламной стратегии в туристическом бизнесе. Фирменный стиль объектов туристического бизнеса /Пр/	3	2	ОПК-4.3 ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5

2.3	Виды и жанры рекламы в туристическом бизнесе. Специфика построения рекламной стратегии в туристическом бизнесе. Фирменный стиль объектов туристического бизнеса Подготовка докладов с использованием Microsoft Office. /Ср/	3	32	ОПК-4.3 ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
<b>Раздел 3. Разработка рекламного продукта</b>					
3.1	Творческие подходы и новаторство в рекламе. Средства создания и распространения рекламы, их выбор. Стиль, язык, композиция и художественно-изобразительные средства рекламного обращения /Пр/	4	2	ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
3.2	Творческие подходы и новаторство в рекламе. Средства создания и распространения рекламы, их выбор. Стиль, язык, композиция и художественно-изобразительные средства рекламного обращения Подготовка докладов с использованием Microsoft Office. /Ср/	4	30	ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
<b>Раздел 4. Зачет</b>					
4.1	Подготовка к зачету /Зачёт/	4	4	ОПК-4.1 ОПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Козлова В. А.	Реклама в туризме: учебно-методическое пособие	Орел: Межрегиональная академия безопасности и выживания, 2014	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428609">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428609</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Рукомойникова В. П.	Реклама в туризме: учебное пособие	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=476509">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=476509</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Дурович, А. П.	Маркетинг туризма: учебное пособие	Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/94315.html">http://www.iprbookshop.ru/94315.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Морган Н., Причард А.	Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие	Москва: Юнити, 2015	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117326">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117326</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Сулейманова Г. В.	Реклама в туризме: учебно-методическое пособие	Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2013	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=258594">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=258594</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.3		Современные проблемы и технологии в сфере туризма, гостиничного дела, сервиса. Государственное и муниципальное управление туристско-рекреационным комплексом: российский и зарубежный опыт: сборник материалов Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: материалы конференций	Ростов-на-Дону Таганрог: Южный федеральный университет, 2018	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=570937">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=570937</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Мачкин Ю. Е.	Турист: все о спортивном, экскурсионном, экстремальном и экзотическом туризме и оздоровительном отдыхе: журнал	Москва: Турист, 2020	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=596455">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=596455</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Буйленко, В. Ф.	Планирование экологических туров. Гостиничный и туристический бизнес: учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2007	<a href="http://www.ipgbookshop.ru/9757.html">http://www.ipgbookshop.ru/9757.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации. - Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/>

### 5.4. Перечень программного обеспечения

Гарант (учебная версия)

Microsoft Office

### 5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.