

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Реклама в социально-культурном сервисе и туризме»**  
**направление подготовки 43.03.02 - Туризм**  
**направленность (профиль) подготовки - «Технология и организация экскурсионных услуг»**

Цель изучения дисциплины	Целями освоения дисциплины является формирование у студентов представления об основах рекламной деятельности, ее специфике в сфере социально-культурного сервиса и туризма.
Место дисциплины в учебном плане	Б1.В.15
Общая трудоемкость дисциплины з.е/ часов	4/144
Семестр	7
Формируемые компетенции	ПК-2, ПК-3
Знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины	<b>Знать:</b> особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов; особенности продвижения туристского продукта; методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов; <b>Уметь:</b> выявлять и анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний; выявлять и анализировать особенности того или иного туристского продукта; разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний; <b>Владеть:</b> навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий; навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий
Содержание дисциплины	Раздел 1. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций Раздел 2. Законодательные основы рекламной деятельности предприятий туристской индустрии Раздел 3. Классификация рекламы, функционирование и развитие рекламы Раздел 4. Рекламные средства, используемые в социально-культурном сервисе и туризме
Виды учебной работы	Практические, тесты, самостоятельная работа.

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

***Основная литература:***

1. **Абабков, Ю. Н.** Реклама в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова; под редакцией Е. И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 170 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 9785-16-004905-2.- URL:<https://znanium.com/catalog/product/1072132>
2. **Бухтерева, О. С.** Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / О.С. Бухтерева. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 128 с. - ( Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-004409-5.-URL <https://znanium.com/catalog/product/929670>

***Дополнительная литература:***

1. **Дурович, А. П.** Реклама в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 158 с. - ( Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-

5-16-015516-6.-URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039322>

**2. Сарафанова, Е. В.** Маркетинг в туризме: учебное пособие / Е. В. Сарафанова, А. В. Яцук. - Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 240 с.: ил. - ISBN 978-5-98281-124-0. - - URL: <https://znanium.com/catalog/product/238719>

Форма  
промежуточной  
аттестации

7 семестр – экзамен