

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	6
Формируемые компетенции	ПК-2, ПК-3
Знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины	<p>Знать: 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;</p> <p>Уметь: 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;</p> <p>Владеть: навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий; навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий</p>
Содержание дисциплины	<p>Раздел 1. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций</p> <p>Раздел 2. Законодательные основы рекламной деятельности предприятий туристской индустрии</p> <p>Раздел 3. Классификация рекламы, функционирование и развитие рекламы</p> <p>Раздел 4. Рекламные средства, используемые в социально-культурном сервисе и туризме</p>
Виды учебной работы	Практические, тесты, самостоятельная работа.
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
<p style="text-align: center;">Основная литература:</p> <p>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</p> <p>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</p>	
<p style="text-align: center;">Дополнительная литература:</p> <p>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-</p>	

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

6 семестр – экзамен.