

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины (модуля)

Реклама в рекреации и туризме

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов представления об основах рекламной деятельности, ее специфике в сфере рекреации и туризма.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата (магистратуры)

Дисциплина Б1.В.12 «Реклама в рекреации и туризме» относится к формируемой участниками образовательных части дисциплин по направлению подготовки 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм (направленность (профиль) подготовки «Рекреационно-оздоровительная деятельность»).

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Индекс	Б1. В.12
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Основные положения дисциплины могут быть использованы в дальнейшем при изучении таких дисциплин, как «Управление персоналом в туризме», «Экскурсоведение», «Туристско-рекреационное проектирование».	

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) «Реклама в рекреации и туризме».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций обучающегося:

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ПООП/ ООП	Индикаторы достижения компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
ПК-2	Способен осуществлять планирование, организационное сопровождение и управление реализацией услуг в сфере рекреации и спортивно-оздоровительного туризма	<p>ПК-2.1. Знает методические, организационные и правовые аспекты реализации услуг в сфере рекреации и спортивно-оздоровительного туризма</p> <p>ПК-2.2. Способен работать в команде, вести переговоры, деловую переписку и делопроизводство, соблюдать деловой этикет и корпоративную культуру.</p> <p>ПК-2.3. Владеет навыками планирования, организационного сопровождения и управления реализацией услуг в сфере рекреации и спортивно-оздоровительного туризма</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности продвижения туристского продукта; - методы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов; - особенности продвижения туристского продукта <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять и анализировать особенности того или иного туристского продукта; - разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных компаний <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий

4. Общая трудоемкость дисциплины 72 часа (2 зачетные единицы).

5. Разработчик: *Джирикова Ф.Д., зав. кафедрой ТОФК и туризма*