

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ**

**43.03.02 Туризм**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины:**

– **Цель освоения дисциплины.** обучение студентов теоретическим знаниям и практическим навыкам в области рекламы в туризме, формирование у студентов профессионального взгляда на рекламную деятельность, умений и навыков использования рекламных технологий и приемов создания рекламной продукции в туризме.

**Задачи освоения дисциплины:**

- целей и задач рекламы в туризме, функций рекламы и рекламного процесса;
- основных понятий, категорий и принципов рекламы, навыков формирования и оценки рекламного сообщения;
- особенностей продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынке и роли рекламы в этом процессе;
- процесса воздействия и восприятия рекламы.
- методов использования средств рекламирования;
- организации рекламной кампании и оценки эффективности рекламы.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Организация рекламной компании в сфере туризма» относится к Б1.В.1.ДВ.01.01 и входит в перечень курсов вариативной части профессионального цикла ОПОП.

Дисциплина опирается на знания, умения и компетенции (входные), освоенные при изучении следующих дисциплин и практик: Методы научных исследований, Маркетинг туристского продукта.

Дисциплина связана с такими предметами как: Экономика предприятий туристской индустрии, Организация туристской деятельности, Туристское страноведение.

Является предшествующей для дисциплин: Туристское страноведение, Туристско-рекреационное проектирование, Организация туристской деятельности, Страхование и безопасность в туризме, Сервисная практика, Инновации в туризме, Создание и продвижение туристского бренда, Культурно-исторические центры России, Краеведение, Технологии продаж в туризме, Модели покупательского поведения, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

<b>Код и наименование реализуемой компетенции</b>	<b>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</b>
ОПК-4;	Знать: Способен осуществлять мониторинг туристского рынка. Уметь: организовывать продажи и продвижение туристского продукта. Владеть: навыками использования методов

ПК-2	<p>экономических наук</p> <p>Знать: Способен к формированию туристских услуг и туристских продуктов в соответствии с требованиями потребителей.</p> <p>Владеть: _навыками анализа рынка и конкурентов, анализ предприятия, анализ сегментов потребителей; навыками идентификации запросов сегментов (потребителей),навыками оценки коммуникативной политики предприятия, навыками проведения рекламных кампаний и анализ результатов</p>
------	--

#### **4.Общая трудоемкость дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа)

#### **5. Образовательные технологии**

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия, семинарские занятия, электронные презентации, дискуссии, кейс технология, игровая технология, работа в малых группах.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: составление глоссария, разбор конкретных ситуаций, компьютерные презентации, написание эссе, подготовка индивидуальных и групповых проектов, портфолио.

#### **6. Контроль успеваемости**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: устный контроль, выполнение тестовых заданий, защита практических работ, докладов.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачета.