

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр заочного обучения и профессиональной переподготовки кадров с высшим
образованием



Программа дисциплины
Реклама в туризме Б3.ДВ.2

Направление подготовки: 100400.62 - Туризм

Профиль подготовки: Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Эйдельман Б.М.

Рецензент(ы):

Рубцов В.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Рубцов В. А.

Протокол заседания кафедры № ____ от "____" ____ 201____г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр заочного обучения и профессиональной переподготовки кадров с высшим образованием):

Протокол заседания УМК № ____ от "____" ____ 201____г

Регистрационный № 243014

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Эйдельман Б.М. кафедра сервиса и туризма Отделение развития территорий , BMEjdelman@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Реклама в туризме" являются ознакомление студентов с целями и задачами рекламы туристских услуг, особенностями проведения рекламных кампаний в туристских фирмах в Российской Федерации и за рубежом, а также в обучении студентов законам рекламы, фирменному стилю и слоганам, видам рекламы, принятию решений о разработке рекламного бюджета, содержанию рекламного обращения и средствах распространению информации о туристских услугах среди потребителей.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.2 Профессиональный" основной образовательной программы 100400.62 Туризм и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе, 9, 10 семестры.

Дисциплина "Иновации в туризме" относится к разделу Б3. ДВ.2

Данный курс находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими учебными курсами как: "Экономика", "Планирование деятельности предприятия", "Маркетинговые исследования туристского рынка", "Маркетинг в туристской индустрии".

При освоении данной учебной дисциплины необходимо знание таких предшествующих учебных курсов как: "Экономика", "Менеджмент в туристской индустрии", "Маркетинг в туристской индустрии".

В тоже время на основе изучения данной учебной дисциплины строится освоение таких учебных курсов как: "Связи с общественностью", "Экономика и производство в сфере туризма", "Маркетинговые исследования туристского рынка".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|--|---|
| ок-1 | осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; ПК-3 готов применять современные методы исследований в ведущих направлениях туристской и экскурсоводческой деятельности |
| ПК-3 (профессиональные компетенции) | готов применять современные методы исследований в ведущих направлениях туристской и экскурсоводческой деятельности |
| пк-4 | способен к оформлению результатов научных исследований: научных отчетов, обзоров, аналитических справок и пояснительных записок |
| пк-5 | владеет основными нормами профессиональной этики |
| пк-6 | ПК-6 готов к использованию современного знания о культуре и ведущих направлениях современной социокультурной деятельности (концепций и инструментария) в организационно-управленческой работе. |

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- цели и задачи рекламы туристских услуг;
- законы рекламы и их применение в современных условиях;
- фирменный стиль и слоган;
- виды рекламы, используемые в сфере туристских услуг.

2. должен уметь:

- принимать решения о разработке рекламного бюджета;
- принимать решения о содержании рекламного обращения;
- принимать решения о средствах распространения рекламы;
- оценивать эффективность рекламной программы.

3. должен владеть:

- способностью понимать сущность и значение информации в современном обществе;
- готовностью к выявлению потребностей потребителя, формированию туристского продукта, клиентурных отношений;
- готовностью применять современные технологии туристской деятельности в работе с потребителем.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; готовность применять современные методы исследований в ведущих направлениях туристской и экскурсоводческой деятельности; способность к оформлению результатов научных исследований: научных отчетов, обзоров, аналитических справок и пояснительных записок; владеть основными нормами профессиональной этики; готовность к использованию современного знания о культуре и ведущих направлениях современной социокультурной деятельности (концепций и инструментария) в организационно-управленческой работе.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины отсутствует в 9 семестре; экзамен в 10 семестре. Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю
Тематический план дисциплины/модуля

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|---|---|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|---------------------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 1. | Тема 1. Общее понятие о рекламе туристских услуг | 9 | 1-3 | 2 | 2 | 0 | |
| 2. | Тема 2. Содержание рекламной кампании и элементы её проведения | 9 | 4-6 | 0 | 0 | 0 | |
| 3. | Тема 3. Содержание рекламного обращения | 9 | 7-9 | 0 | 0 | 0 | |
| 4. | Тема 4. Элементы рекламного обращения | 9 | 10-11 | 2 | 2 | 0 | |
| 5. | Тема 5. Фирменный стиль и слоган | 10 | 12-14 | 2 | 2 | 0 | |
| 6. | Тема 6. Средства распространения рекламы: наружная реклама | 10 | 15-16 | 2 | 2 | 0 | |
| 7. | Тема 7. Средства распространения рекламы: печатная | 10 | 17-18 | 2 | 4 | 0 | |
| 4.2 Содержание дисциплины | | | | | | | |
| Тема 1. Общее понятие о рекламе туристских услуг | | | | | | | |
| лекционное занятие (2 часа(ов)): | | | | | | | |

Определение рекламы, её цели. Причины рекламных неудач. Законы рекламы. Виды рекламы: по охвату территории, по направленности, по содержанию, а также по средствам распространения. Важнейшие характеристики, учитываемые при отборе средств распространения рекламы.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Подготовка сообщений о рекламе туристских услуг.

Тема 2. Содержание рекламной кампании и элементы её проведения

Тема 3. Содержание рекламного обращения

Тема 4. Элементы рекламного обращения

лекционное занятие (2 часа(ов)):

15 правил рекламы. Цвет и его значение для рекламы. Графика в контексте рекламного обращения. Слова и человеческая речь в рекламном обращении. Мимика и жесты как элемент рекламного обращения.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Подготовка сообщений об элементах рекламного обращения.

Тема 5. Фирменный стиль и слоган

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие фирменного стиля. Слоганы, классификация слоганов по различным признакам и их использование при проведении рекламных кампаний. Ошибки, наиболее распространённые при создании слоганов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Контрольная работа по фирменному стилю и слогану.

Тема 6. Средства распространения рекламы: наружная реклама

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Определение наружной рекламы. Реклама на городском транспорте. Неон, билборд, брандмауэр, электронные табло, бегущая строка и другие виды наружной рекламы. Преимущества и недостатки наружной рекламы.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Подготовка сообщений о средствах распространения рекламы.

Тема 7. Средства распространения рекламы: печатная реклама

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Определение печатной рекламы. Прессовая реклама (газеты, журналы, дайджесты). Книжная реклама, буклеты, рекламные листовки, каталоги, афиши, прайс-листы, пресс-релизы, календари, аппликации и другие виды печатной рекламы. Преимущества и недостатки газетной, журнальной рекламы и каталогов.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Контрольная работа по средствам распространения рекламы.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|-------|--|---------|--------------------|--|---------------------------|---|
| 1. | Тема 1. Общее понятие о рекламе туристских услуг | 9 | 1-3 | Подготовка к устному опросу | 11 | Устный опрос |
| 2. | Тема 2. Содержание рекламной кампании и элементы её проведения | 9 | 4-6 | Подготовка к устному опросу | 11 | Устный опрос |
| 3. | Тема 3. Содержание рекламного обращения | 9 | 7-9 | Подготовка к письменной работе | 11 | Письменная работа |
| 4. | Тема 4. Элементы рекламного обращения | 9 | 10-11 | Подготовка к устному опросу | 11 | Устный опрос |
| 5. | Тема 5. Фирменный стиль и слоган | 10 | 12-14 | Подготовка к письменной работе | 11 | Письменная работа |
| 6. | Тема 6. Средства распространения рекламы: наружная реклама | 10 | 15-16 | Подготовка к устному опросу | 11 | Устный опрос |
| 7. | Тема 7. Средства распространения рекламы: печатная реклама | 10 | 17-18 | Подготовка к письменной работе | 11 | Письменная работа |
| Итого | | | | | 77 | |

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В учебном процессе преподавания дисциплины "Реклама в туризме" предусматривается широкое использование активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретной ситуации, тренинги, деловые игры). В рамках учебного курса предусмотрены встречи с руководителями туристских фирм, руководителями государственных и общественных организаций в туризме, мастер-классы специалистов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Общее понятие о рекламе туристских услуг

Устный опрос , примерные вопросы:

Роль и значение рекламы в туризме в современных условиях Современные тенденции туристской рекламы. Интернет-реклама в туризме. Порядок работы и основы взаимоотношений туристских фирм с рекламными агентствами.

Тема 2. Содержание рекламной кампании и элементы её проведения

Устный опрос , примерные вопросы:

Общее понятие о рекламной кампании. Составные части рекламной кампании. Стратегические цели рекламной кампании и комплекс решаемых в её ходе задач. Основные объекты рекламной кампании. Формирование и осуществление сценария будущей рекламной кампании.

Тема 3. Содержание рекламного обращения

Письменная работа , примерные вопросы:

Общее понятие о рекламном обращении. Стили рекламного обращения: создание фантазийной обстановки; "зарисовки с натуры; использование свидетельств известных людей в пользу товара; создание анимационных персонажей; свидетельства и факты научного порядка в пользу данного товара и т.д. Мотивы рекламного обращения: рациональные, эмоциональные и социальные (нравственные). Формы рекламного обращения.

Тема 4. Элементы рекламного обращения

Устный опрос , примерные вопросы:

Составные элементы рекламного обращения. Цвет и его значение для рекламы. Графика в контексте рекламного обращения. Слова и человеческая речь в рекламном обращении. Мимика и жесты как элемент рекламного обращения.

Тема 5. Фирменный стиль и слоган

Письменная работа , примерные вопросы:

Понятие фирменного стиля. Слоганы, классификация слоганов по различным признакам и их использование при проведении рекламных кампаний. Ошибки, наиболее распространённые при создании слоганов.

Тема 6. Средства распространения рекламы: наружная реклама

Устный опрос , примерные вопросы:

Виды наружной рекламы, ее преимущества и недостатки. Щитовая реклама: билборды. Использование неоновой рекламы в деятельности тур.фирм. Применение наружной рекламы на городском общественном транспорте, включая метрополитен.

Тема 7. Средства распространения рекламы: печатная реклама

Письменная работа , примерные вопросы:

Определение печатной рекламы. Прессовая реклама (газеты, журналы, дайджесты). Преимущества и недостатки газетной и журнальной рекламы. Другие виды печатной рекламы: книжная реклама, буклеты, рекламные листовки, каталоги, афиши, прайс-листы, пресс-релизы, календари, приложения и другие виды печатной рекламы. Преимущества и недостатки газетной, журнальной рекламы и каталогов.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Общее понятие о рекламе.
2. Законы рекламы.
3. Виды рекламы.
4. Печатная реклама.
5. Наружная реклама.
6. Аудио- и аудиовизуальная реклама.
7. Правила рекламы.
8. Содержание рекламного обращения.
9. Мотивы рекламного обращения.
10. Формы рекламного обращения.
11. Тональность рекламы.
12. Специфические черты рекламы.
13. Определение рекламной кампании.
15. Основные элементы рекламной кампании.
16. Понятие фирменного стиля.
17. Слоганы и их классификация.
18. Интернет-реклама в туризме.
19. Создание сайтов и баннеров туристических фирм.
20. Порядок работы турфирм с рекламными агентствами.
21. Особенности проведения рекламных кампаний крупными туроператорами.
22. Организация туристской рекламы за рубежом.
23. Организация и проведение рекламных кампаний туристскими фирмами в России.
24. Организация и проведение рекламных кампаний туристскими фирмами в РТ..
25. Стили рекламного обращения в туризме.

7.1. Основная литература:

Основы рекламы, Костина, Анна Владимировна; Макаревич, Эдуард Федорович; Карпухин, Олег Иванович, 2010г.

3. Реклама в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 158 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003708-0, 500 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=414298>

4. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учебное пособие для вузов / И.С. Барчуков, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 204 с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-9558-0209-1, 700 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=420317>

5. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, 50 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=429223>

6. Реклама в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 170 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-004905-2, 500 экз. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=259075>

7. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2012. - 324 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-00792-7, 2000 экз. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=342869>

7.2. Дополнительная литература:

Фотография, реклама, дизайн на компьютере, Шнейдеров, Виталий Семенович, 2004г.

Недобросовестная конкуренция, Городов, Олег Александрович, 2008г.

Телевизионная и радиовещательная реклама, Полукаров, Вячеслав Львович; Грановский, Л. Г.; Козин, В. П.; Лозовская, В. Ю., 2004г.

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПБ.: Издательство "Питер", 2004.

2. Портер М. Конкуренция / Пер с англ. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2004.

3. Райс Э., Траут Дж. Маркетинговые войны. - СПб.: Питер, 2007.

4. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. - М.: Финансы и статистика, 2005.

5. Шарков Ф.И. Интегрированные рекламные коммуникации. - М.: "РИП-Холдинг", 2007.

6. Шив Чарльз Д. Курс МВА по маркетингу. - М.: Алькина паблишер, 2005.

7. Шульц Дон Е., Танненбаум Стенли И., Лаутерборн Роберт Ф. новая парадигма маркетинга. Интегрированные маркетинговые коммуникации. - М.: ИНФА-М, 2004.

7.3. Интернет-ресурсы:

Наружная реклама в туризме - www.progulkainfo.ru/naruzhnaya-reklama-turizma/

Реклама в туризме - tourlib.net?metod_tourism/reklama.htm

Реклама в туризме (турфирмы, туры, отели). Особенности рынка... - polina.in?2008/03/21/reklama-v-turizme-turfirmy

Туризм | Методы стимулирования спроса - www.kmvline.ru/lib/turizm/60.php

Туризм и гостиничный бизнес - Особенности рекламы в туризме - w-o-n.ru?text/199

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Реклама в туризме" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Проектор, компьютер (ноутбук), книжный фонд библиотеки и кафедры, интерактивная доска.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 100400.62 "Туризм" и профилю подготовки Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг .

Автор(ы):

Эйдельман Б.М. _____
"___" 201 ___ г.

Рецензент(ы):

Рубцов В.А. _____
"___" 201 ___ г.