

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Мастер-класс "Создание туристической фирмы" БЗ.ДВ.3

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Гайсина Э.И.

Рецензент(ы):

проф. Тайсина Э.А., проф. Воржецов А.Г.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2016

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) старший преподаватель, к.н. Гайсина Э.И. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Ealina.Gajsina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью мастер-класса "Создание туристической фирмы" является расширение знаний студентов о рекламе, приобретение навыков профессиональной деятельности в области рекламы, с помощью которой реализуется важнейшая роль маркетинговой стратегии туристского предприятия.

Мастер-класс "Создание туристической фирмы" ориентирован на обучающихся по специальности "Связи с общественностью", и подготовлен на основе обобщения отечественного опыта организации туристических фирм. Программа носит прикладной характер.

Задачами мастер-класса "Создание туристической фирмы" являются научить студентов:

- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики рекламных кампаний в сфере туризма;
- владеть средствами и методами процесса организации и проведения рекламных кампаний в сфере туризма;
- уметь применять рекламные технологии в организации и проведении рекламных кампаний в туризме.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.3 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Дисциплина базовой части профессионального цикла. Изучение дисциплины предполагает наличие знаний, умений и компетенций, освоенных студентами в процессе изучения следующих курсов:

- Б1.Б.5. Русский язык и культура речи;
- Б1.В.6. История мировой литературы;
- Б3.Б.6. Теория и практика связей с общественностью;
- Б3.В.7. Стилистика и литературное редактирование.

В ходе изучения данной дисциплины устанавливаются межпредметные связи, позволяющие осуществлять комплексный подход к формированию ряда компетенций, со следующим курсом:

Б3.Б.7. Основы интегрированных коммуникаций.

Данная дисциплина является базовой для следующих курсов и практик:

- Б3.В.4. Реклама в коммуникационном процессе;
- Б3.В.5. Современная пресс-служба;
- Б3.В.6. Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью;
- Б3.ДВ1.1. Социальная реклама;
- Б3.ДВ1.2. Политическая реклама;
- Б3.ДВ3.2. Социальные проблемы в СМИ;
- Б3.ДВ7.1. История рекламы;
- Б3.ДВ7.2. История связей с общественностью.
- Б5.УП.1. Учебно-исследовательская практика.
- Б5.ПП. Производственная практика.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
ПК-9 (профессиональные компетенции)	обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- базовые понятия, характеристики и профессиональные термины, используемые в рамках дисциплины;
- систему документов в области функционирования туристической фирмы;
- основные составляющие технологий организации и проведения рекламных кампаний, а также направления повышения их результативности при создании нового туристского предприятия;
- основные этапы создания турфирмы, а также любого другого коммерческого предприятия;

2. должен уметь:

- ориентироваться в системе законодательных актов, применяемых при создании туристической фирмы;
- применять полученные теоретические и практические знания в процессе создания туристского и другого коммерческого предприятия;
- самостоятельно обрабатывать и анализировать полученную информацию в формах различных документов, а также творчески применять различные методы составления многочисленных документов в процессе создания и дальнейшего функционирования туристической фирмы;
- реализовать рекламные проекты и владение методами их реализации в сфере туризма

3. должен владеть:

- средствами коммуникативного воздействия сферы связей с общественностью и рекламе в сфере туризма, а также первичными навыками использования этих средств при создании турфирмы;
- методиками тестирования и экспертной оценки рекламного и рг-продукта с точки зрения их эффективности применительно к сфере туризма, а так же с точки зрения их соответствия нормативным документам (законам и этическим кодексам);
- основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;

- базовыми навыками работы турфирмы;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

- ориентироваться в системе законодательных актов, применяемых при создании туристической фирмы;
- применять полученные теоретические и практические знания в процессе создания туристского и другого коммерческого предприятия;
- самостоятельно обрабатывать и анализировать полученную информацию в формах различных документов, а также творчески применять различные методы составления многочисленных документов в процессе создания и дальнейшего функционирования туристической фирмы;
- реализовать рекламные проекты и владение методами их реализации в сфере туризма (ПК-25);

- базовые понятия, характеристики и профессиональные термины, используемые в рамках дисциплины;
- систему документов в области функционирования туристической фирмы;
- основные составляющие технологий организации и проведения рекламных кампаний, а также направления повышения их результативности при создании нового туристского предприятия;
- основные этапы создания турфирмы, а также любого другого коммерческого предприятия;

- средствами коммуникативного воздействия сферы связей с общественностью и рекламе в сфере туризма, а также первичными навыками использования этих средств при создании турфирмы;
- методиками тестирования и экспертной оценки рекламного и рг-продукта с точки зрения их эффективности применительно к сфере туризма, а так же с точки зрения их соответствия нормативным документам (законам и этическим кодексам);
- основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;
- базовыми навыками работы турфирмы;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 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	
1.	Тема 1. Первые шаги при создания туристической фирмы.	8		2	2	0	письменное домашнее задание
2.	Тема 2. Юридические формальности создания турфирмы	8		4	4	0	устный опрос
3.	Тема 3. Бухгалтерский учет и документооборот турагентства.	8		4	4	0	письменное домашнее задание
4.	Тема 4. Подготовка к продажам.	8		4	4	0	устный опрос
5.	Тема 5. Формирование штата турагентства.	8		4	4	0	деловая игра
6.	Тема 6. Выбор партнеров для работы турфирмы.	8		4	4	0	письменное домашнее задание
7.	Тема 7. Автоматизация работы турфирмы.	8		4	4	0	устный опрос
8.	Тема 8. Привлечение туристов в офис туристического агентства.	8		4	4	0	творческое задание
9.	Тема 9. Работа с клиентской базой турфирмы.	8		4	4	0	эссе
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	экзамен
	Итого			34	34	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Первые шаги при создания туристической фирмы.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Составление бизнес-плана фирмы. Выбор названия фирмы, основных туристических направлений. Определение целевой аудитории покупателей. Выбор помещения для офиса турфирмы.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Работа в группах. Студентам предлагается разработать бизнес-план создания предприятия сферы туризма (туристическое агентство в г.Казань, туроператор по России в г.Казань, музей в г.Казань, хостел в г.Казань) с учетом особенностей деятельности организации. Студентам необходимо определить бюджет, целевую аудиторию и сроки окупаемости проекта. Форма предоставления проекта: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 2. Юридические формальности создания турфирмы

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Законодательство в области туристской деятельности. Регистрация турфирмы. Турагентская и туроператорская деятельность. Способы создания туристической фирмы.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Работа в группах. Студентам предлагается изучить особенности законодательного регулирования деятельности предприятия сферы туризма согласно выбранным направлениям (туристическое агентство в г.Казань, туроператор по России в г.Казань, музей в г.Казань, хостел в г.Казань). Студентам необходимо проработать поэтапный план регистрации своего предприятия начиная от выбора видов планируемой экономической деятельности (ОКВЭД) до подготовки и оформления необходимой документации для начала деятельности согласно законодательной базе Российской Федерации. Форма представления задания: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 3. Бухгалтерский учет и документооборот турагентства.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Выбор режима налогообложения. Документооборот турагент-туроператор. Туристская путевка как бланк строгой отчетности. Документооборот турагент-турист. Страхование в туризме.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Практикум. Работа в группах. Каждой группе студентов предлагается обратиться к трём туристическим агентствам и трём туроператорам под вымышленным предлогом (представиться клиентом; представиться туроператором). Студентам необходимо запросить образцы договоров между туроператором и турагентом и между турагентом и клиентом, проанализировать их содержание, выявить достоинства и недостатки оформления юридических отношений в каждом из случаев, дать рекомендации и внести коррективы в анализируемые документы.

Тема 4. Подготовка к продажам.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Создание фирменного стиля турфирмы. Создание интернет-сайта туристической компании. Реклама турфирмы. Оформление офиса турфирмы.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Практикум. Работа в группах по 2-3 человека. Студентам предлагается выдумать легенду о планируемом отпуске и посетить 5-7 туристических фирм Казани. В рамках каждого визита студентам необходимо собрать наглядный материал и оценить фирменный стиль каждой компании по 5-балльной шкале. Во время выполнения задания студентам необходимо выявить достоинства и недостатки фирменного стиля, оформления офиса и Интернет-сайта компании и выявить степень их влияния на эффективность продаж фирмы. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 5. Формирование штата турагентства.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Планирование штата сотрудников. Схема оплаты труда. Выбор режима работы туристического агентства. Оформление трудовых отношений.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Практикум. Работа в группах. Студентам предлагается разработать штатное расписание и режим работы для предприятий сферы туризма (туристическое агентство в г.Казань, туроператор по России в г.Казань, музей в г.Казань, хостел в г.Казань) с учетом особенностей деятельности организации. Проект штатного расписания студентам необходимо представить в виде презентации Microsoft PowerPoint.

Тема 6. Выбор партнеров для работы турфирмы.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Выбор туроператоров. Порядок работы с туроператорами. Деловые партнеры турфирм.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Практикум. Работа в группах. Студентам предлагается разделиться на группы, представляющие различные предприятия сферы туризма (агентство международного туризма, туроператора по Республике Башкортостан, турагентство, предлагающее туры по России, агентство по продаже авиа- и жд билетов). Студентам необходимо предоставить список потенциальных партнеров для каждого предприятия и аргументировать их выбор. Форма представления домашнего задания - отчет в Microsoft Word.

Тема 7. Автоматизация работы турфирмы.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Системы онлайн-бронирования туров. Программы автоматизации документооборота.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Практикум. Работа в группах. Студентам необходимо изучить на практике различные системы онлайн-бронирования, существующие в сфере туризма, и оценить их удобство и эффективность. Каждой группе предлагается выбрать одно из направлений использования систем онлайн-бронирования: бронирование туров, бронирование отелей, бронирование экскурсий, бронирование авиабилетов. Студентам необходимо провести сравнительный анализ использования систем онлайн-бронирования на примере 5 организаций сферы туризма и ранжировать их по разработанным критериям оценки. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 8. Привлечение туристов в офис туристического агентства.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Рекламная политика туристической компании. Рекламная кампания в сети Интернет. Реклама в прессе. Нестандартные приемы продвижения.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Практикум. Работа в группах. Студентам предлагается выбрать для работы туристическое агентство г.Казань и проанализировать опыт проводимой рекламной политики. Студентам необходимо выявить плюсы и минусы в рекламе туристической фирмы и дать рекомендации по повышению эффективности используемых средств рекламы. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 9. Работа с клиентской базой турфирмы.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Создание клиентской базы. Работа с клиентской базой. Типичные ошибки при создании турфирмы.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Практикум. Работа в группах. Студентам предлагается разработать годовой проект по работе с клиентами туристических агентств с целью поддержания имиджа фирмы, поддержания лояльности клиентов фирмы, а также с целью стимулирования продаж. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

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. Первые шаги при создания туристической фирмы.	8		подготовка домашнего задания	8	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Юридические формальности создания турфирмы	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. Бухгалтерский учет и документооборот турагентства.	8		подготовка домашнего задания	10	домашнее задание
4.	Тема 4. Подготовка к продажам.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. Формирование штата турагентства.	8		подготовка к деловой игре	8	деловая игра
6.	Тема 6. Выбор партнеров для работы турфирмы.	8		подготовка домашнего задания	8	домашнее задание
7.	Тема 7. Автоматизация работы турфирмы.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
8.	Тема 8. Привлечение туристов в офис туристического агентства.	8		подготовка к творческому заданию	10	творческое задание
9.	Тема 9. Работа с клиентской базой турфирмы.	8		подготовка к эссе	8	эссе
	Итого				76	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция;
- лекции с опорой на самостоятельно проработанные источники информации по проблеме.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- применение активных форм обучения;
- индивидуальные и групповые консультации;
- разработка и осуществление собственных проектов/исследований, представление и обсуждение их результатов;
- работа в малых группах, групповые обсуждения.
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

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

Тема 1. Первые шаги при создании туристической фирмы.

домашнее задание , примерные вопросы:

Работа в группах. Студентам предлагается разработать бизнес-план создания предприятия сферы туризма (туристическое агентство в г.Казань, туроператор по России в г.Казань, музей в г.Казань, хостел в г.Казань) с учетом особенностей деятельности организации. Студентам необходимо определить бюджет, целевую аудиторию и сроки окупаемости проекта. Форма предоставления проекта: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 2. Юридические формальности создания турфирмы

устный опрос , примерные вопросы:

Работа в группах. Студентам предлагается изучить особенности законодательного регулирования деятельности предприятия сферы туризма согласно выбранным направлениям (туристическое агентство в г.Казань, туроператор по России в г.Казань, музей в г.Казань, хостел в г.Казань). Студентам необходимо проработать поэтапный план регистрации своего предприятия начиная от выбора видов планируемой экономической деятельности (ОКВЭД) до подготовки и оформления необходимой документации для начала деятельности согласно законодательной базе Российской Федерации. Форма представления задания: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 3. Бухгалтерский учет и документооборот турагентства.

домашнее задание , примерные вопросы:

Практикум. Работа в группах. Каждой группе студентов предлагается обратиться к трём туристическим агентствам и трём туроператорам под вымышленным предлогом (представиться клиентом; представиться туроператором). Студентам необходимо запросить образцы договоров между туроператором и турагентом и между турагентом и клиентом, проанализировать их содержание, выявить достоинства и недостатки оформления юридических отношений в каждом из случаев, дать рекомендации и внести коррективы в анализируемые документы.

Тема 4. Подготовка к продажам.

устный опрос , примерные вопросы:

Практикум. Работа в группах по 2-3 человека. Студентам предлагается выдумать легенду о планируемом отпуске и посетить 5-7 туристических фирм Казани. В рамках каждого визита студентам необходимо собрать наглядный материал и оценить фирменный стиль каждой компании по 5-балльной шкале. Во время выполнения задания студентам необходимо выявить достоинства и недостатки фирменного стиля, оформления офиса и Интернет-сайта компании и выявить степень их влияния на эффективность продаж фирмы. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 5. Формирование штата турагентства.

деловая игра , примерные вопросы:

Практикум. Работа в группах. Студентам предлагается разработать штатное расписание и режим работы для предприятий сферы туризма (туристическое агентство в г.Казань, туроператор по России в г.Казань, музей в г.Казань, хостел в г.Казань) с учетом особенностей деятельности организации. Проект штатного расписания студентам необходимо представить в виде презентации Microsoft PowerPoint.

Тема 6. Выбор партнеров для работы турфирмы.

домашнее задание , примерные вопросы:

Практикум. Работа в группах. Студентам предлагается разделить на группы, представляющие различные предприятия сферы туризма (агентство международного туризма, туроператора по Республике Башкортостан, турагентство, предлагающее туры по России, агентство по продаже авиа- и жд билетов). Студентам необходимо предоставить список потенциальных партнеров для каждого предприятия и аргументировать их выбор. Форма представления домашнего задания - отчет в Microsoft Word.

Тема 7. Автоматизация работы турфирмы.

устный опрос , примерные вопросы:

Практикум. Работа в группах. Студентам необходимо изучить на практике различные системы онлайн-бронирования, существующие в сфере туризма, и оценить их удобство и эффективность. Каждой группе предлагается выбрать одно из направлений использования систем онлайн-бронирования: бронирование туров, бронирование отелей, бронирование экскурсий, бронирование авиабилетов. Студентам необходимо провести сравнительный анализ использования систем онлайн-бронирования на примере 5 организаций сферы туризма и ранжировать их по разработанным критериям оценки. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 8. Привлечение туристов в офис туристического агентства.

творческое задание , примерные вопросы:

Практикум. Работа в группах. Студентам предлагается выбрать для работы туристическое агентство г.Казань и проанализировать опыт проводимой рекламной политики. Студентам необходимо выявить плюсы и минусы в рекламе туристической фирмы и дать рекомендации по повышению эффективности используемых средств рекламы. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 9. Работа с клиентской базой турфирмы.

эссе , примерные темы:

Практикум. Работа в группах. Студентам предлагается разработать годовой проект по работе с клиентами туристических агентств с целью поддержания имиджа фирмы, поддержания лояльности клиентов фирмы, а также с целью стимулирования продаж. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Оперативный контроль - устный опрос.
2. Рубежный контроль - тестирование.
3. Итоговый контроль - зачет, создание собственного творческого проекта.

Перечень вопросов для зачета:

1. Первые шаги при создании туристической фирмы.
2. Составление бизнес-плана фирмы.
3. Выбор названия фирмы, основных туристических направлений.
4. Определение целевой аудитории покупателей.
5. Выбор помещения для офиса турфирмы.
6. Юридические формальности создания турфирмы.
7. Законодательство в области туристской деятельности.
8. Регистрация турфирмы.
9. Турагентская и туроператорская деятельность.
10. Способы создания туристической фирмы.
11. Бухгалтерский учет и документооборот турагентства.
12. Выбор режима налогообложения.
13. Документооборот турагент-туроператор.
14. Туристская путевка как бланк строгой отчетности.
15. Документооборот турагент-турист.
16. Страхование в туризме.
17. Подготовка к продажам в туристической фирме
18. Создание фирменного стиля турфирмы.
19. Создание интернет-сайта туристической компании.
20. Реклама турфирмы.
21. Оформление офиса турфирмы.
22. Формирование штата турагентства.

23. Планирование штата сотрудников. Схема оплаты труда.
24. Выбор режима работы туристического агентства.
25. Оформление трудовых отношений.
26. Выбор партнеров для работы турфирмы.
27. Выбор туроператоров. Порядок работы с туроператорами.
28. Деловые партнеры турфирм.
29. Автоматизация работы турфирмы.
30. Системы онлайн-бронирования туров.
31. Программы автоматизации документооборота.
32. Привлечение туристов в офис туристического агентства.
33. Рекламная политика туристической компании.
34. Рекламная кампания в сети Интернет.
35. Реклама в прессе.
36. Нестандартные приемы продвижения туристической фирмы.
37. Работа с клиентской базой турфирмы.
38. Создание клиентской базы.
39. Типичные ошибки при создании турфирмы.

7.1. Основная литература:

Абабков Юрий Николаевич, Филиппова Инга Георгиевна, Абабкова Марианна Юрьевна, Богданов Е. И. Реклама в туризме: Учебник. Москва ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2012. <http://znanium.com/go.php?id=259075>

Аниськина Наталия Васильевна, Колышкина Татьяна Борисовна. Наружная реклама. Москва Издательство 'ФОРУМ' Москва ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2013. <http://znanium.com/go.php?id=419073>

Бухтерева Ольга Станиславовна. Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие. Москва Издательский Дом 'ИНФРА-М', 2011. <http://znanium.com/go.php?id=202918>

Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2013. <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Гостев А., Новикова Т, Огилви Д. Огилви о рекламе. Москва Издательство 'Манн, Иванов и Фербер', Эксмо Издательство 'Манн, Иванов и Фербер', Эксмо, 2013. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=13585>

Гундарин Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие. Москва Издательство 'ФОРУМ', 2011. <http://znanium.com/go.php?id=243837>

Дурович Александр Петрович. Реклама в туризме: Учебное пособие. Москва ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2014. <http://znanium.com/go.php?id=414298>

Каптюхин Р.В., Романов А.А. Рекламный менеджмент: учебно-практическое пособие. Москва Евразийский открытый институт, 2010. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6513>

Панкратов Ф.Г. Основы рекламы. Москва Дашков и К-, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=3636>

7.2. Дополнительная литература:

Бугаев Л. Мобильный маркетинг: Как зарядить свой бизнес в мобильном мире. Москва Альпина Паблишер, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9761>

Управление продажами [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие / Авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 492 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=430322>

Мазилкина Елена Ивановна, Паничкина Галина Георгиевна, Ольхова Л. А. Основы рекламы: Учебное пособие. Москва Альфа-М, 2012. <http://znanium.com/go.php?id=246070>

Тимофеев М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие. Москва Издательский Центр РИОР, 2009. <http://znanium.com/go.php?id=193225>

7.3. Интернет-ресурсы:

Книги и учебные пособия по туризму - <http://www.turbooks.ru/knigi/reklama-v-turizme/>

Министерство по делам молодежи, спорту и туризму РТ - <http://mdmst.tatar.ru/>

Портал о туризме - <http://www.turizm.ru/>

Туристический портал Казани - <http://gokazan.ru/>

Федеральное агентство по туризму - <http://www.russiatourism.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Мастер-класс "Создание туристической фирмы"" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Для обеспечения данной дисциплины необходимы оборудованные аудитории, различные технические средства обучения, проектор, компьютерный класс, аудио-видео аппаратура, наглядные пособия.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте .

Автор(ы):

Гайсина Э.И. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

проф. Тайсина Э.А., проф. Воржецов А.Г. _____

"__" _____ 201__ г.