

«РЕКЛАМА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ»

Б1.В.ДВ.7.1

Дисциплина «Реклама в профессиональной сфере» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», программа подготовки «Туроператорские и турагентские услуги», квалификации бакалавр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Основной целью изучения дисциплины «Реклама в профессиональной сфере» является освоение системы теоретических знаний и практических навыков в области рекламы услуг туристских компаний.

Задачи курса:

- раскрыть сущность и особенности рекламы как одного из элементов механизма рыночной экономики и составной части маркетинговой деятельности туристской компании;
- проанализировать основные функции рекламы в бизнесе и обществе;
- ознакомить со структурой рекламы, ее основными типами и видами;
- показать необходимость знания и соблюдения правовых норм в рекламной деятельности;
- развить навыки решения конкретных рекламных задач туристской компании: создания рекламного сообщения, выбора каналов рекламы, составления медиаплана и расчета бюджета рекламной кампании, организации участия компании в выставке, анализа эффективности рекламы..

2. Место дисциплины в структуре бакалавриата

Дисциплина «Реклама в профессиональной сфере» относится к дисциплинам выбора вариативной части блока Б1 ОПОП.

Для усвоения дисциплины «Реклама в профессиональной сфере» требуется: владение знаниями по всемирной истории, общей психологии и психологии общения, по межкультурным коммуникациям, мировой культуре и искусству; знание основ индустрии туризма и турбизнеса. Во время изучения дисциплины обучающиеся должны изучать и обсуждать темы, которые базируются на знании предыдущих дисциплин направления: «Организация туристской деятельности», «Менеджмент в профессиональной сфере». Дисциплина неразрывно связана с дисциплиной «Маркетинг в профессиональной сфере», являясь прикладным курсом, посвященным одному из важнейших аспектов маркетинга – продвижению туристского продукта. Знания и навыки, полученные в процессе изучения дисциплины, позволят обучающимся успешно вести организационно-управленческую и проектную деятельность в туристских компаниях.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Реклама в профессиональной сфере», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы Туризм.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ПК-11 - способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникационных технологий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- современное состояние уровень развития средств коммуникаций;
- современные рекламные технологии и их применение в сфере туризма;
- теоретические основы рекламы в туристской индустрии;
- основные модели написания и восприятия рекламного сообщения;
- этапы планирования рекламной кампании и выставочной деятельности туристской компании;
- составные элементы фирменного стиля туристской компании;
- технологии создания и продвижения торговых марок в туристском бизнесе.

Уметь:

- ориентироваться в сфере рекламы туристских услуг;
- анализировать процессы и тенденции современной рекламной деятельности на туристском рынке;
- соблюдать требования международной рекламной этики;
- вести поиск информации в сети Интернет, внедрять информационные и коммуникационные технологии в процесс продвижения туристского продукта;
- получать основную информацию по вопросам разработки рекламной кампании, особенностям продвижения туристских услуг, маркетинговым коммуникациям;
- разрабатывать рекламные кампании, способствующие эффективной продаже туристских услуг;
- вести самостоятельные исследования, демонстрировать их результаты, работать в команде;
- воспринимать, обобщать, анализировать и доносить полученную информацию.

Владеть:

- способностью к постановке целей рекламных кампаний и выбору путей их достижения; навыками подготовки, написания письменных рекламных сообщений;
- навыками проектирования отдельных рекламных кампаний и планирования рекламной деятельности туристских компаний;
- навыками разработки рекламных обращений, подбора рекламного контента турфирмы, адресованного для различных групп потребителей;
- навыками разработки медиапланов и расчета рекламных бюджетов туристской компании;
- способностью проводить брендинг и ребрендинг туристской компании.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.