

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 25.08.2023 14:07:29
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Зам. директора по учебной работе
Пятигорского института (филиал) СКФУ
_____ М.В. Мартыненко
«28» марта 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ**

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Форма обучения
Год начала обучения
Реализуется в 7 семестре

43.03.02. Туризм
Туристическая деятельность
очная
2022

Разработано
Доцент кафедры ТиГД, канд.пед.наук,
доцент Огаркова И.В.

Пятигорск, 2022 г.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью данной дисциплины является вооружение студентов необходимым минимумом знаний в области рекламно-информационной деятельности, подготовка специалистов, способных профессионально решать конкретные задачи в рекламном бизнесе.

Задачами освоения дисциплины «Реклама в туризме» являются:

- передача знаний об истории развития рекламного дела в России, видах современной рекламы, способах ее создания;
- изучение специфики организации и проведения рекламных кампаний;
- обучение планированию рекламной деятельности на предприятиях индустрии туризма.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Реклама в туризме» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений. Ее освоение происходит в 7 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-6 Способен к продвижению и продаже туристского продукта с использованием современных технологий	ИД-1 ПК-6 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта. ИД-2 ПК-6 Применяет методы маркетинга в туристской деятельности	Осуществляет продвижение и продажу турпродукта с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий:	З.е.	Астр. ч.	Из них в форме практической подготовки
Всего:	4	108	-
Из них аудиторных:		54	-
Лекций		27	-
Лабораторных работ		-	-
Практических занятий		27	-
Самостоятельной работы		27	-
Формы контроля:			-
Экзамен 7 семестр		27	-
Курсовая работа 7 семестр			-

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6, структурированное по темам (разделам) с
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
5.1 Тематический план дисциплины (модуля)
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции, индикаторы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов				Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные	Групповые	
7 семестр							
1	Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме.	ПК-6 (ИД-1, ИД-2)	1,5	1,5	-	-	27
2	Классификация рекламы в туризме		1,5	1,5	-	-	
3	Правовое регулирование рекламной деятельности.		1,5	1,5	-	-	
4	Закон «О рекламе»		1,5	1,5	-	-	
5	Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга.		1,5	1,5	-	-	
6	Реклама в СМИ.		1,5	1,5			
7	Печатная и сувенирная реклама.		1,5	1,5	-	-	
8	Наружная реклама.		1,5	1,5	-	-	
9	Компьютерная реклама.		1,5	1,5	-	-	
10	Реклама в социальных сетях		1,5	1,5			
11	Реклама на выставках.		1,5	1,5	-	-	
12	Основы разработки рекламных объявлений и текстов.		1,5	1,5	-	-	
13	Рекламная кампания.		1,5	1,5	-	-	
14	Этапы планирования и организации рекламной кампании		1,5	1,5	-	-	
15	Программа продвижения туристических услуг		1,5	1,5	-	-	
16	Разработка рекламного брифа		1,5	1,5	-	-	
17	Разработка рекламного бюджета		1,5	1,5	-	-	
18	Виды и функции рекламного агентства		1,5	1,5	-	-	
	Итого за 7 семестр		27	27	-	-	27

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат:	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен:	с 20.08.2021 по 20.08.2022

№	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем	Из них
---	--	-------	--------

темы дисциплины		часов	практическая подготовка, часов
7 семестр			
1	Тема 1. Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме. Многообразие понятия рекламы Участники рекламного процесса. Основные законы рекламы. История появления рекламы.	1,5	-
2	Тема 2. Классификация рекламы в туризме. Виды рекламы. Особенности классификации.	1,5	-
3	Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности. Современное регулирование рекламного дела в туризме на современном этапе. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг.	1,5	-
4	Тема 4. Закон «О рекламе». Основные положения закона «О рекламе». Ответственность сторон.	1,5	-
6	Тема 5. Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга. Характеристика системы маркетинговых коммуникаций и ее цели. Главные элементы комплекса маркетинга. Личные продажи. Вопросы стимулирования в рекламе. Коммерческая пропаганда и PR.		
6	Тема 6. Реклама в СМИ. Реклама в прессе. Виды рекламы в прессе. Особенности текста. Прямая почтовая реклама. Особенности и виды телерекламы. Особенности и виды радиорекламы. Особенности разработки текстов.	1,5	-
7	Тема 7. Печатная и сувенирная реклама. Особенности печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Виды рекламных сувениров.	1,5	-
8	Тема 8. Наружная реклама. Особенности наружной рекламы. Разновидности наружной рекламы. Правила размещения наружной рекламы.	1,5	-
9	Тема 9. Компьютерная реклама. Особенности и виды компьютерной рекламы. Специфика создания сайтов для продвижения услуг предприятия.	1,5	-
10	Тема 10. Реклама в социальных сетях. Виды рекламы в социальных сетях. Особенности рекламы гостиничных предприятий в социальных сетях.	1,5	-
11	Тема 11. Реклама на выставках. Роль выставок в туризме. Учет категорий посетителей при оформлении выставочного материала на выставку.	1,5	-
	Тема 12. Основы разработки рекламных объявлений и текстов.	1,5	-

Сертификат:
Владелец:

12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

	Виды слоганов. Формы рекламных текстов. Креатив в рекламе. Создание УТП		
13	Тема 13. Рекламная кампания. Основные цели рекламной кампании в туристическом бизнесе. Планирование рекламы. Виды рекламных кампаний.	1,5	-
14	Тема 14. Этапы планирования и организации рекламной кампании. Основные этапы организации рекламной кампании. Эффективность рекламной деятельности в туризме.	1,5	-
15	Тема 15. Программа продвижения туристических услуг Продвижение туристского продукта. Учет особенностей целевой аудитории при разработке программы продвижения гостиничных услуг. Конкурентные преимущества турпродукта.	1,5	-
16	Тема 16. Разработка рекламного брифа. Рекламный бриф. Особенности разработки рекламного брифа.	1,5	-
17	Тема 17. Разработка рекламного бюджета Методы формирования рекламного бюджета.	1,5	-
18	Тема 18. Виды и функции рекламного агентства Виды рекламных агентств. Критерии выбора рекламного агентства.	1,5	-
	Итого за 7 семестр	27	-
	Итого	27	-

5.3 Наименование лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

5.4 Наименование практических занятий

№ Темы дисциплины	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Из них практическая подготовка, часов
7 семестр			
1	Практическое занятие 1. Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме. Многообразие понятия рекламы Участники рекламного процесса. Основные законы рекламы. История появления рекламы.	1,5	-
2	Практическое занятие 2. Классификация рекламы в туризме. Виды рекламы. Особенности классификации.	1,5	
3	Практическое занятие 3. Правовое регулирование рекламной деятельности. Особенности правового регулирования рекламной деятельности в туризме на современном этапе. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности.	1,5	-

Сертификат:

Владелец:

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН

ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Шебзухова Татьяна Александровна

4	Практическое занятие 4. Закон «О рекламе». Основные положения закона «О рекламе». Ответственность сторон.	1,5	
6	Практическое занятие 5. Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга. Характеристика системы маркетинговых коммуникаций и ее цели. Главные элементы комплекса маркетинга. Личные продажи. Вопросы стимулирования в рекламе. Коммерческая пропаганда и PR.	1,5	-
6	Практическое занятие 6. Реклама в СМИ. Реклама в прессе. Виды рекламы в прессе. Особенности текста. Прямая почтовая реклама. Особенности и виды телерекламы. Особенности и виды радиорекламы. Особенности разработки текстов.	1,5	
7	Практическое занятие 7. Печатная и сувенирная реклама. Особенности печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Виды рекламных сувениров.	1,5	-
8	Практическое занятие 8. Наружная реклама. Особенности наружной рекламы. Разновидности наружной рекламы. Правила размещения наружной рекламы.	1,5	
9	Практическое занятие 9. Компьютерная реклама. Особенности и виды компьютерной рекламы. Специфика создания сайтов для продвижения услуг предприятия.	1,5	-
10	Практическое занятие 10. Реклама в социальных сетях. Виды рекламы в социальных сетях. Особенности рекламы гостиничных предприятий в социальных сетях.	1,5	
11	Практическое занятие 11. Реклама на выставках. Роль выставок в туризме. Учет категорий посетителей при подготовке рекламного материала на выставку. Подготовка рекламно-информационных материалов.	1,5	-
12	Практическое занятие 12. Основы разработки рекламных объявлений и текстов. Виды слоганов. Формы рекламных текстов. Креатив в рекламе. Создание УТП	1,5	
13	Практическое занятие 13. Рекламная кампания. Основные цели рекламной кампании в туристическом бизнесе. Планирование рекламы.	1,5	-
14	Практическое занятие 14. Этапы планирования и организации рекламной кампании.	1,5	

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины (модуля).

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>.

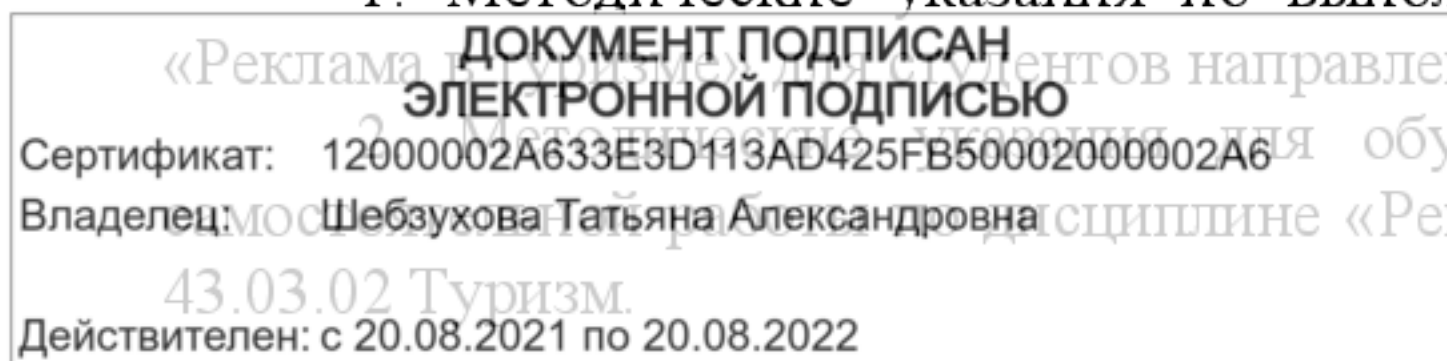
2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. Текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438>.— ЭБС «IPRbooks».

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.



3. Электронный курс лекций по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

4. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Реклама в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	http://biblioclub.ru - ЭБС «Университетская библиотека ОНЛАЙН»
2	http://www.iprbookshop.ru - ЭБС IPRbooks

Программное обеспечение:

1	Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2013: договор № 01-эа/13 от 25.02.2013г., Лицензирование Microsoft Office https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674 Дата начала жизненного цикла 09.01.2013г.; набор обновлений Office 2013 Service Pack 1 Дата начала жизненного цикла 25.02.2014г., Дата окончания основной фазы поддержки 10.04
2	Операционная система: Microsoft Windows 10: 2016-08(20), 2017-10(67), 2018-01(18), 2018-04(6), 2018-05(6), 2019-02(7). Бессрочная лицензия. Договоры № 27-эа/16 от 02.08.2016. и № 0321100021117000009_229123 от 10.10.2017. На текущий момент окончания поддержки не анонсировано.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Учебная аудитория с мультимедиа оборудованием Мультимедийное оборудование: проектор, компьютер, экран настенный. Комплект учебной мебели.
Практические работы	Учебная аудитория с мультимедиа оборудованием Мультимедийное оборудование: проектор, компьютер, экран настенный. Комплект учебной мебели.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы студентов Персональные компьютеры с выходом в сеть Интернет. Комплект учебной мебели.

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащены оборудованием и

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Щербухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Техническое обеспечение самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

