

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Абазян Артак Горикович

Должность: Заведующий кафедрой туризма и физической культуры

Дата подписания: 21.08.2020 11:26:58

Уникальный программный ключ:

7fbf4a479f8599c708daba086bb8864e312b3a7

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра туризма и физической культуры

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой туризма и ФК

_____ А.Г. Абазян

«26» августа 2020 г. Пр № 1

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.26 ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТКИХ УСЛУГ

**Направлени
е
подготовки
(профиль):** **43.03.02 Туризм (Технология и организация
туроператорских и турагентских услуг)**

Форма обучения – очная, заочная

Год начала подготовки – 2019

**Краснодар
2020**

Б1.О.26 ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТКИХ УСЛУГ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование системных знаний в области продвижения туристских услуг посредством рекламных коммуникаций, развитие осознанного видения механизмов рекламного воздействия.

Задачи:

- изучение основных понятий рекламных технологий;
- изучение теоретических и практических знаний по особенностям технологий рекламирования турпродукта;
- освоение практических приемов стимулирования творческого мышления;
- овладение основными профессиональными (ПК) компетенциями.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплины, необходимые для освоения данной учебной дисциплины:

- «Маркетинг в туризме»
- «Теория и практика туризма»
- «Технологии организации туристского бизнеса»
- «Информационные технологии в туристской индустрии» и др.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов отдельных компетенций по данному направлению подготовки. В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	• национальные особенности восприятия рекламы; • анализировать место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций • ролии функций основных участников и составляющих рекламного процесса; • принципы проведения рекламных	• организовывать проведение мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании (рекламных компаний, презентаций и пр.). - разрабатывать рекламные продукты, рекламные кампании и давать оценку их эффективности в сфере туризма; создавать уникальное торговое пред-	• технологией продвижения турпродукта на внутреннем и внешнем рынках рекламными и не рекламными методами (рекламных кампаний, выставок, презентаций). стимулирование потребителей (туристов); умением выстраивать рекламную стратегию с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий; умением формировать и укреплять имидж предприятия; достижением высокой результативности рекламных кампаний.

	кампаний, современные рек- ламные стратегии.	ложение различными средствами рекламы.	
ПК-1. Способы к разра- ботке и реа-	• рекламную деятельность; • выставочно -	• разрабатывать контент о путешествиях и размещать его	• технологией продвижения турпродукта на внутреннем и внешнем

лизации современного туристского продукта, к применению основных методов проектирования в туризме, способам самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта.	ярмарочную деятельность; способы формирования общественного мнения о качествах, достоинствах турфирмы, турслуг, репутации фирмы	на сайте компании и в сети Интернет для туристских проектов. • участвовать в работе выставок и семинаров по туризму. • формировать и развивать связи со СМИ • анализировать стратегические и тактические действия, связанные с организацией и взаимодействием с туроператором по продвижению и дальнейшей реализации туристского продукта	рынках. • пропаганда туристского продукта, информационные поездки). • организацией ознакомительных туров.
---	--	--	---