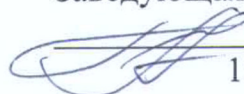


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ТУРИЗМА
КАФЕДРА ТУРИЗМА

УТВЕРЖДАЮ

Заведующая кафедрой туризма

 Д.А. Горбачева

10 февраля 2016 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ОД.18 «Рекламные технологии в туристской индустрии»

Направление подготовки 43.03.02 – Туризм

Профиль подготовки - Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

Составитель:

кандидат педагогических наук, доцент  Горбачева В.А.

**Краснодар
2016**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Рекламные технологии в туристской индустрии» - формирование системных знаний в области продвижения туристских услуг посредством рекламных коммуникаций, развитие осознанного видения механизмов рекламного воздействия.

Задачи:

1. Изучение основных понятий рекламных технологий;
2. Изучение теоретических и практических знаний по особенностям технологий рекламирования турпродукта;
3. Освоение практических приемов стимулирования творческого мышления;
4. Владение основными профессиональными (ПК) компетенциями.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки 43.03.02 Туризм дисциплина «Рекламные технологии в туристской индустрии» входит в состав обязательных дисциплин вариативной части блока 1.

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам базовой и вариативной части Блока 1, формирующим у обучающихся знания, умения и навыки в области туризма:

- «География туризма»;
- «История России»;
- «Введение в профессию туризм»;
- «Виды туризма»;
- «Информационные технологии в туристской индустрии».

Данные дисциплины являются теоретической базой для профессиональной деятельности бакалавра туризма.

Дисциплина обеспечивает формирование совокупного ожидаемого результата образовательной работы в соответствии с компетентностной моделью выпускника по направлению подготовки 43.03.02 Туризм с квалификацией (степенью) – «бакалавр».

Для успешного изучения дисциплины учащиеся должны обладать достаточными знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения перечисленных выше учебных курсов.

Изучение дисциплины будет способствовать успешному усвоению следующих дисциплин:

- «Туроперейтинг»;
- «Туристско-рекреационное проектирование»;
- «Анимация и ивенты в туризме»;
- «Технология и организации международного и внутреннего туризма».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) профессиональных (ПК)

способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-4);

способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение (ПК-5);

готовность к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-10);

способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

1) Знать:

закономерности возникновения и развития рекламной коммуникации в обществе;

основы рекламных технологий,

национальные особенности восприятия рекламы;

анализировать место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций

роли и функций основных участников и составляющих рекламного процесса;

принципы проведения рекламных кампаний, современные рекламные стратегии.

2) Уметь:

доказательно обсуждать теоретические и практические проблемы рекламы в туристской индустрии;

использовать теоретические знания для практического решения профессиональных задач;

анализировать стратегические и тактические действия, связанные с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний.

3) Владеть:

системой понятий и исходными методологическими принципами;

практическими приемами стимулирования творческого мышления;

навыками разработки рекламных продуктов, рекламных кампаний и оценки их эффективности в сфере туризма;
навыками создания уникального торгового предложения различными средствами рекламы, паблик рилейшнз, личными продажами;
умением выстраивать рекламную стратегию с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий;
умением создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж предприятия.
Приобрести опыт деятельности в организации рекламных технологий.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часов).

Дисциплина реализуется в 6 и 7 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачет в 6 семестре, экзамен в 7 семестре.