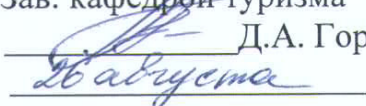


Министерство культуры Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра туризма

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой туризма  
 Д.А. Горбачева  
16 августа 2016г.

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

**Б1.В.ОД.9 «РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ»**

Направление подготовки 43.03.02 – Туризм

Профиль подготовки - Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

**Составитель:**

к.п.н., доцент



Горбачева В.А.

**Краснодар  
2016**

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Цель:**

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**

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки «Туризм» и профилю подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг», дисциплина входит в состав вариативной части базовой дисциплины цикла Б1.

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».

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам базовой 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».

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

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения навыками, формируемые данной учебной дисциплиной:

«Экскурсоведение», «PR в туризме», «Туристско-рекреационное проектирование».

## **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:**

- 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);
- готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме (ПК-8);
- готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-10);
- способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**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.

**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.

**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 медиа планирования 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 5 зачетных единицы (180 часов). Дисциплина реализуется в 6-7 семестрах. Форма промежуточной аттестации - экзамен в 6,7 семестрах.