

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:

Руководитель ООП

Л.П. Богданова

» июня 2019г.

Аннотация дисциплины

Реклама в туризме

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Профиль подготовки

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель: к.ф.н., доцент М.В.Шувалова

Тверь, 2019

I. Аннотация

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Реклама в туризме» является ознакомление студентов с информацией в индустрии туризма, с различными видами рекламной деятельности в туризме, с отечественным и зарубежным опытом организации рекламы в индустрии туризма, а также подготовка их к будущей практической деятельности в сфере рекламы в турбизнесе.

Основными задачами дисциплины являются:

- обучение студентов основам информации и рекламы в туризме,
- рассмотрение законодательного и общественного регулирования рекламы в туризме,
- изучение основных видов рекламы в туризме,
- знакомство с зарубежным опытом рекламы в туризме;
- рассмотрение новых информационных технологий рекламы в туризме.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Реклама в туризме» входит в число дисциплин вариативной части учебного плана. Изучение курса «Реклама в туризме» имеет целью приобретение знаний о рекламе в туризме, а также научную и практическую подготовку студентов к туроператорской и турагентской деятельности. Успешная работа специалиста по организации туризма, профессиональная работа по реализации туристских продуктов на рынке внутреннего и международного туризма в значительной степени зависит от уровня практических знаний, навыков работы по рекламе разработанного турпродукта и услуг турфирмы.

Содержательно «Реклама в туризме» опирается на знания, полученные студентами при изучении дисциплин базовой части учебного плана («Маркетинг в туризме») и вариативной части («Основы туризма»), формирующих общепрофессиональные компетенции. Учебная дисциплина непосредственно связана с курсами базовой части и элективными курсами вариативной части

учебного плана, посвященными отдельным видам туризма, продвижению туристских продуктов и обслуживанию потребителей.

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины «Реклама в туризме»:

- Иметь представление об основных видах рекламы в туризме.
- Знать общие основы организации рекламы в туризме,
- Владеть основами информационных технологий.

3. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа, 8 семестр), в том числе:

контактная работа: лекции – 15 час., практические занятия – 30 час.;

контактная внеаудиторная работа: –

самостоятельная работа: – 63 час.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-6 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ПК-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта
	ПК-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний

5. Форма промежуточной аттестации – зачет.

6. Язык преподавания – русский.