

|                    |                                          |
|--------------------|------------------------------------------|
| Код, специальность | 6-05-1013-03 Туризм и природопользование |
| Модуль             | Ресурсы и технологии в туризме           |
| Дисциплина         | Рекламная деятельность в туризме         |

| Курс /<br>Семестр | Трудоемкость<br>в зачетных<br>единицах<br>(кредитах) | Количество часов |                           | Форма аттестации                                                             |               |
|-------------------|------------------------------------------------------|------------------|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|                   |                                                      | аудиторных       | самостоятельной<br>работы | текущей                                                                      | промежуточной |
| 2 / 4             | 3                                                    | 108              | 44                        | подготовка и<br>защита<br>рефератов и<br>презентаций,<br>письменный<br>опрос | Зачет         |

### ***Краткое содержание дисциплины (модуля\*)***

Дисциплина «Рекламная деятельность в туризме» является базовой дисциплиной при подготовке специалистов по туризму и природопользованию и одной из важных прикладных дисциплин, необходимых для подготовки студентов по вопросам маркетинга туристического продукта. От специалиста в области туризма и природопользования требуется, в первую очередь, понимание диапазона креативных возможностей и технологий рекламы, эффективности ее воздействия на потребителя.

**Целью** изучения дисциплины «Рекламная деятельность в туризме» является профессиональная подготовка специалистов в области туризма по специальности 6-05-1013-03 «Туризм и природопользование» направленная на формирование у студентов системы знаний в области рекламы как теоретической и прикладной дисциплины, основных этапов, школ и форм ее развития, особенностей белорусской рекламы, современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов для дальнейшего практического применения, способностей осуществлять профессиональную деятельность с учетом их дальнейшей работы в сфере туризма и природопользования.

#### **Задачи:**

Изучение основ рекламной деятельности, основных понятий маркетинговых коммуникаций и рекламной деятельности, комплекса продвижения (стимулирования) маркетинга и его элементов, сущности рекламы и ее исторического развития, а также в усвоении видов рекламы и их характеристик, средств рекламы, рекламных текстов, композиции, в освоении рекламной программы туристического предприятия: целей, разработки бюджета, медиапланирования, программы тактических действий, оценки эффективности рекламы..

#### **Пререквизиты:**

К учебным дисциплинам (модулям или навыкам), которые необходимо освоить до начала и параллельно с процессом изучения текущей дисциплины (модуля) как обязательным предварительным знаниям, гарантирующим наличие базы для успешного обучения по данной учебной дисциплине относятся: «Киноведение в туристической деятельности» «Основы фотовидео искусства».

Программа предполагает дальнейшее практическое использование знаний, полученных при изучении дисциплины «Рекламная деятельность в туризме», в натурно-полевых и экспедиционных условиях и является научной основой для изучения таких специальных дисциплин, как «Туроперейтинг», «Основы туристического сервиса», «Основы фотовидео искусства», «Туристско-оздоровительная деятельность с основами питания», «Технология и организация экскурсионных услуг», «Технология и организация экологического туризма», «Кухня народов мира», «Технология и организация охотничьего туризма», «Гостиничный и ресторанный бизнес», «Современные формы организации туристической индустрии».

### **Компетенции:**

Изучение данной дисциплины обеспечивает формирование следующей специализированной компетенции: планировать и организовывать рекламные мероприятия в туристической деятельности.

### **Результаты обучения (*знать, уметь, иметь навык*)**

После изучения дисциплины студент должен:

#### ***знать:***

- структуру интегрированных маркетинговых коммуникаций (комплекса продвижения) и характеристику их элементов;
- задачи и виды рекламы, виды средств рекламы;
- особенности создания рекламного продукта;
- методы проведения рекламной кампании с точки зрения оценки жизненного цикла товара;
- критерии корректной рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- законодательные и нормативные требования по продвижению рекламы в СМИ.

#### ***уметь:***

- применять навыки составления рекламных текстов, их композиции и оформления;
- применять рекламные средства в зависимости от маркетинговой стратегии;
- осуществлять связи с рекламодателями и рекламными агентствами;

- использовать Интернет-ресурсы для продвижения туристических услуг;
- осуществлять оценку и экспертизу качества рекламы.

***Иметь навыки:***

- оценки экономической, коммуникационной и торговой эффективности рекламы;
- определения целевой аудитории потребителей рекламного продукта на основе позиционирования товара и анализа конкурентов для проведения рекламной кампании;
- выбора оптимального медиаплана рекламной кампании;
- владения новейшими информационными технологиями для продвижения туристических услуг (инструменты PR в Интернете: новости и их рассылка, публикации, дискуссии в сети, средства визуальной идентичности).