

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 11.06.2024 12:08:41  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП

 Е.Р.  
Хохлова



«19» февраля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

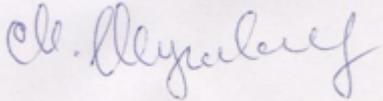
**Реклама в туризме**

Направление подготовки  
**05.03.02 География**

Направленность (профиль)  
**Рекреационная география и туризм**

Для студентов 4 курса  
очной формы обучения

Составитель: *к.филос.н. М.В. Шувалова*



Тверь, 2024

## **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 студентов к практической деятельности в сфере рекламы в туризме.

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, формируемой участниками образовательного процесса. Изучение курса «Реклама в туризме» имеет целью приобретение знаний о рекламе в туризме, а также научную и практическую подготовку студентов к туристской деятельности.

Содержательно «Реклама в туризме» опирается на знания, полученные студентами при изучении предшествующих дисциплин части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений («Маркетинг в туризме», «Программное обеспечение и автоматизация деятельности предприятий туризма»). Учебная дисциплина непосредственно связана с курсами базовой и 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.

- Владеть культурой устной и письменной речи.
- Владеть основами информационных технологий.

**3. Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа, 8 семестр), в том числе:**

**контактная работа:** лекции – 14 час., практические занятия – 14 час.;

**контактная внеаудиторная работа:** –

**самостоятельная работа:** – 44 час.

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

<b>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<b>ПК-2.</b> Способен разрабатывать и продвигать туристские продукты на основе комплексных географических знаний и современных технологий с учетом нормативно-правовых актов	<b>ПК-2.3.</b> Использует комплексные географические знания и современные технологии разработки и продвижения туристских продуктов
<b>ПК-3.</b> Способен использовать географические знания для исследования туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	<b>ПК-3.2.</b> Исследует рынок туристских услуг, предлагает способы продвижения туристского продукта
	<b>ПК-3.3.</b> Организует продвижение туристских продуктов

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 8 семестр.**

**6. Язык преподавания – русский.**

**II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа, в том числе контроль (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы	
<b>1. Введение</b>	<b>1</b>	<b>1</b>			
<b>Раздел I. Информация и реклама в туризме</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>2</b>		<b>10</b>
1.1. Единое информационное пространство в индустрии туризма	3	1			2
1.2. Реклама в индустрии туризма	3	1			2
1.3. Регулирование рекламной деятельности в туризме	4	1	1		2
1.4. Рекламное обращение – основа рекламы	4	1	1		2
1.5. Имидж туристской фирмы как средство рекламы	3	1			2
<b>Раздел II. Виды рекламной деятельности в туризме</b>	<b>28</b>	<b>5</b>	<b>9</b>		<b>14</b>
2.1. Печатная реклама в туризме	4	1	1		2
2.2. Туристская реклама в прессе	4	1	1		2
2.3. Прямая почтовая реклама в туризме	3	1			2
2.4. Наружная реклама в туризме	4		2		2
2.5. Реклама туризма на выставках и ярмарках. Сувенирная рекламная продукция.	4		2		2
2.6. Аудиовизуальная, радио и телереклама в туризме	5	1	2		2
2.7. Реклама туризма в Интернет	4	1	1		2
<b>Раздел III. Зарубежный опыт рекламной деятельности</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>3</b>		<b>12</b>
3.1. Реклама туризма в странах Скандинавии	6	1	1		4
3.2. Реклама туризма в странах Западной Европы	6	1	1		4
3.3. Реклама туризма в Соединенных Штатах Америки	6	1	1		4
<b>Раздел IV. Самостоятельная разработка рекламной продукции и её защита</b>	<b>8</b>				<b>8</b>
4.1. Разработка туристской рекламной презентации и её защита	8				8
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>14</b>	<b>14</b>		<b>44</b>

### III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
1.1. Единое информационное пространство в индустрии туризма	Лекция	Проблемная лекция
1.2. Реклама в индустрии туризма	Лекция, практическое занятие	Работа с учебниками, материалами сети Интернет Подготовка и обсуждение презентаций
1.3. Регулирование рекламной деятельности в туризме	Лекция, практическое занятие	Тренинг – работа с нормативными и аналитическими материалами
1.4. Рекламное обращение – основа рекламы	Лекция, практическое занятие	Проектные технологии, работа в малых группах
1.5. Имидж туристской фирмы как средство рекламы	Лекция	Кейс «Создание рекламного туристического продукта»
2.1. Печатная реклама в туризме	Лекция, практические занятия	Тренинг – работа с печатными рекламными материалами
2.2. Туристская реклама в прессе	Лекция, практические занятия	Проектные технологии, работа в малых группах
2.3. Прямая почтовая реклама в туризме	Лекция, практические занятия	Личностно-ориентированные технологии
2.4. Наружная реклама в туризме	Практические занятия	Проектные технологии, работа в малых группах
2.5. Реклама туризма на выставках и ярмарках. Сувенирная рекламная продукция.	Практические занятия	Личностно-ориентированные технологии Проектные технологии, работа в малых группах
2.6. Аудиовизуальная, радио и телереклама в туризме	Лекция, практические занятия	Тренинг – работа с аудио и видео рекламными материалами
2.7. Реклама туризма в Интернет	Лекция, практические занятия	Кейс-технологии, информационные технологии
3.1. Реклама туризма в странах Скандинавии	Лекция, практическое занятие	Диалоговые технологии, кейс-технологии
3.2. Реклама туризма в странах Западной Европы	Лекция, практическое занятие	Диалоговые технологии, кейс-технологии
3.3. Реклама туризма в Соединенных Штатах Америки	Лекция, практическое занятие	Диалоговые технологии, кейс-технологии
4.1. Разработка туристской рекламной презентации и её защита	Самостоятельная работа	Самостоятельная разработка рекламной продукции турфирмы: товарный знак турфирмы,

		фирменный бланк турфирмы, визитная карточка сотрудника турфирмы, оформление входной группы турфирмы
--	--	---

#### IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

**Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и проверки сформированности компетенции ПК-2** Способен разрабатывать и продвигать туристские продукты на основе комплексных географических знаний и современных технологий с учетом нормативно-правовых актов

Планируемые результаты обучения – индикаторы формируемой компетенции	Оценочные материалы – задания	Критерии оценивания
<b>ПК-2.3.</b> Использует комплексные географические знания и современные технологии разработки и продвижения туристских продуктов	Задание 1. Работа с цифровыми и текстовыми источниками рекламной продукции	Источники поняты и оценены правильно и полностью – 3 балла Источники в целом поняты и оценены, за исключением некоторых аспектов – 2 балла Источники поняты лишь в общих чертах, непонимание текста по многим вопросам – 1 балл Источники не поняты, ни на один вопрос не дан ответ – 0 баллов

**Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и проверки сформированности компетенции ПК-3** Способен использовать географические знания для исследования туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

Планируемые результаты обучения – индикаторы формируемой компетенции	Оценочные материалы – задания	Критерии оценивания
<b>ПК-3.2</b> Исследует рынок туристских услуг, предлагает способы продвижения туристского продукта	Задание 1. Создание РР-презентация (тема «Фирменный стиль туристической компании»)	Презентация убедительна, наглядна логична, отражает результаты собственного исследования – 3 балла Презентация убедительна, наглядна, логична, но не отражает результаты собственного исследования – 2 балла

		Презентация ненаглядна и нелогична – 1 балл
	Задание 2. Написание дайджестов по актуальным вопросам рекламной деятельности в сфере туризма: 1. Обзор передовых рекламных технологий, применяемых российскими и зарубежными туристическими фирмами. 2. Рекламная политика туристической организации 3. Классификация средств рекламы в туристическом бизнесе.	Соответствие структуре – 2 балла Частичное соответствие структуре – 1 балл  Соответствие стиля изложения жанру – 1 балл Сопоставление различных точек зрения – 2 балла
<b>ПК-3.3</b> Организует продвижение туристских продуктов	Задание 2. Ответить на вопросы: 1. Принципы разработки туристического рекламного продукта 2. Принципы построения фирменного стиля туристической компании 3. Правила составления брендбука для презентации туристического продукта	Знает принципы разработки туристического рекламного продукта – 2 балла Знает принципы построения фирменного стиля туристической компании – 2 балла Знает правила составления брендбука для презентации туристического продукта – 2 балла

## V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 1) Рекомендуемая литература

#### а) Основная литература:

1. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 26.06.2023).
2. Абабков, Ю. Н. Реклама в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под науч. ред. проф. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 170 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004905-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855506> (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: по подписке.
3. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. Морган, А. Причард. — Электрон. текстовые данные. — М.:

ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 482 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10542.html>

4. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / В.А. Козлова. — Электрон. текстовые данные. — Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ), 2014. — 126 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438.html>

#### б) Дополнительная литература

1. Кусков, А.С. Основы туризма (Бакалавриат) [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. — Электрон. дан. — Москва : КноРус, 2016. — 396 с. — Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918076>

2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Невский фонд, 2008, 315 с.

3. Дурович А.П. Реклама в туризме : учебное пособие : для студентов вузов. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2012. - 156 с.

4. Морозова Н.С., Морозов Н.А. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. - Москва : Академия, 2005. – 332 с.

5. Кириллов А.Т, Маслова Е.В. Реклама в туризме. Учебное пособие. Lex Star. - СПб, 2002.

## 2) Программное обеспечение

1. Google Chrome

2. Яндекс Браузер

3. Kaspersky Endpoint Security

4. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE

5. ОС Linux Ubuntu

## 3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

– ЭБС издательского дома «ИНФРА-М» (URL: <http://znanium.com/>);

– ЭБС издательства «Лань» (URL: <http://www.e.landbook.com/>);

– ЭБС издательства «Юрайт» (URL: <https://www.biblio-online.ru/>);

– ЭБС «РУКОНТ» (URL: <http://www.rucont.ru/>);

– ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (URL: <http://biblioclub.ru/>);

– ЭБС «IPRbooks» (URL: <http://www.iprbookshop.ru/>);

– электронная библиотека eLIBRARY.RU;

– коллекция электронных книг Оксфордско-Российского фонда;

– электронная библиотека диссертаций РГБ;

– база данных ПОЛПРЕД;

– АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров).

#### **4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Сайты рекламной туристской информации

[www.sochi-kurort.ru](http://www.sochi-kurort.ru)

[www.nevaspb.ru](http://www.nevaspb.ru)

[www.ultra-travel.ru](http://www.ultra-travel.ru)

[www.rus-travel.ru](http://www.rus-travel.ru)

[www.greattravel.ru](http://www.greattravel.ru)

[www.piligrim.com](http://www.piligrim.com)

[www.vsetur.dem.ru](http://www.vsetur.dem.ru)

[www.eastsib.ru/-bintur](http://www.eastsib.ru/-bintur)

[www.heliopark.rusiys.ru](http://www.heliopark.rusiys.ru)

[www.rustour.ru](http://www.rustour.ru)

<http://www.unwto.org>

#### **VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

**Текущий контроль успеваемости** осуществляется в процессе следующих форм контроля:

- следящего (проводится оценка выполнения студентами заданий в ходе аудиторных занятий);
- текущего (оценивается работа студентов вне аудиторных занятий);
- модульного (рейтинговые точки);
- промежуточного (зачет).

Формы и способы контроля соответствуют цели обучения и избранным образовательным технологиям, методам формирования компетенций.

#### **Темы для самостоятельной разработки (рефераты, сообщения, презентации)**

1. Фирменный стиль в рекламе туристической компании
2. Имидж региона и брэндайдентика в туристической сфере
3. Наружная реклама в туристической отрасли
4. Печатная реклама в туристической отрасли
5. Типология рекламных продуктов в туристической отрасли
6. Интернет-реклама в туристической отрасли
7. SMM-технологии в туристической сфере
8. Виды и средства рекламы в туризме
9. Выбор средств и видов рекламы в туристической сфере

10. Процесс формирования имиджа туристической фирмы
11. Особенности организации рекламной кампании в сфере туристских услуг
12. Планирование и проведение рекламной кампании в туристской сфере
13. Event-marketing в туристической сфере
14. Законодательные основы рекламы в туризме
15. Социально-психологические особенности рекламы в туризме

### **Вопросы для подготовки к зачету**

1. Особенности информации в туризме. Информационное обеспечение рекламной деятельности. Комплекс маркетинговых коммуникаций (КМК), его структура. Место рекламы в КМК. Функции рекламы. Рекламный процесс.
2. Особенности рекламы в туризме. Виды туристской рекламы. Проведение рекламной кампании. Этапы планирования туристской рекламной деятельности.
3. Необходимость законодательного и общественного регулирования рекламной деятельности (РРД). Состояние РРД в Тверской области, в России, в Беларуси. Международный кодекс рекламной практики.
4. Тема и девиз рекламы. Структура и форма рекламного обращения. Выбор цвета и подбор иллюстративного ряда. Стиль рекламного обращения.
5. Формирование имиджа туристской фирмы. Фирменный стиль туристского предприятия. Товарный знак. Оформление офиса. Прием посетителей. Виды и особенности печатной рекламы в туризме. Анализ печатной рекламы в Тверской области, в России и за рубежом. Издательские фирмы, работающие в области печатной рекламы.
6. Виды и особенности рекламы в прессе. Выбор изданий для рекламы. Размеры и местоположение рекламы. Стоимость. Текст рекламного обращения.
7. Виды и особенности туристской рекламы в кинофильмах, видеофильмах и слайдфильмах.
8. Виды и особенности радиорекламы в туризме.

9. Виды и особенности телерекламы туризме.
10. Виды и особенности прямой почтовой рекламы (ППР). Формирование адресов рассылки ППР.
11. Виды и особенности наружной рекламы.
12. Виды и особенности туристской сувенирной продукции.
13. Виды и особенности выставок и ярмарок туристского продукта. Этапы выставочной деятельности турфирмы. Оформление тур. выставочного стенда. Работа персонала турфирмы на выставке.
14. Сеть Интернет и реклама туризма. Рекламный турсервер. Информационный турсервер. Оптические диски и реклама туризма. Системы электронной коммерции в туризме. Глобальные мировые комплексные турсистемы.
15. Виды и особенности рекламы национального турпродукта в странах Скандинавии. Центры информации. Печатная рекламная продукция и финансирование рекламы туризма в странах Скандинавии.
16. Виды и особенности рекламы национального турпродукта в странах Западной Европы. Центры информации. Печатная рекламная продукция и финансирование рекламы туризма в странах Западной Европы.
17. Виды и особенности рекламы национального турпродукта в США. Американские туристские фирмы. Печатная рекламная продукция и финансирование рекламы туризма в США

***Рекомендации по организации и оцениванию работы студентов в рамках модульно-рейтинговой системы***

	1 контрольная точка	2 контрольная точка
8 семестр		
Темы	1-8	8-16
Текущая работа студента	20 баллов за работу на практических занятиях	20 баллов за работу на практических занятиях
	10 баллов за доклады, подготовку сообщений, презентаций	10 баллов за доклады, подготовку сообщений, презентаций

Итоговый контрольный модуль	Тест 20 баллов	Самостоятельная разработка 20 баллов
Всего	50 баллов	50 баллов

### **Критерии оценки знаний, умений и навыков студентов при оценке сформированности компетенции при изучении дисциплины «Реклама в туризме»**

- релевантность,
- фокус на наиболее важных моментах,
- понимание аудитории,
- драйв/энтузиазм докладчика - умение держать внимание аудитории
- доступность, ясность излагаемого материала;
- живое изложение, умение заинтересовать;
- убедительность выступления;
- культура речи, четкость дикции, темп изложения;
- логическая завершенность выступления;
- соблюдение регламента выступления.
- текст презентации легко читается, фон сочетается с текстом и графическими файлами;
- логическая последовательность информации на слайдах;
- общее впечатление от просмотра презентации.
- уровень владения проблемой (правильность ответа);
- уровень аргументации при ответе на вопросы (логичность);
- полнота ответа;
- владение профессиональным языком.

### **VII. Материально-техническое обеспечение**

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень программного обеспечения
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и	Проектор BENQ MW817ST, Экран Lumien Eco 200*200	1. Google Chrome 2. Яндекс Браузер

индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №115 (170021, Тверская обл., г.Тверь, ул. Прошина, д.3, корп.2	Учебная мебель Переносной ноутбук	3. Kaspersky Endpoint Security 4. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE 5. ОС Linux Ubuntu
--	--------------------------------------	--

### Помещения для самостоятельной работы

Наименование помещений	Оснащенность помещений для самостоятельной работы	Перечень программного обеспечения
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации и самостоятельной работы № 111 (170021 Тверская обл., Тверь, ул. Прошина, д. 3, корп. 2)	1. Комплект учебной мебели 2. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 3. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 4. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 5. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 6. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 7. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 8. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 9. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 10. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 11. МОНОБЛОК “ТРАВИТОН” М40И 12. Сканер Plustek OpticPro A320 13. Проектор EPSON EB-W39 14. Экран для проектора (Cactus Expert) 15. Доска белая офисная магнит «Proff»	1. Google Chrome 2. Яндекс Браузер 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE 5. ОС Linux Ubuntu; ОС Windows 6. ГИС Аксиома 7. QGis 3.32

### VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Дата и протокол заседания факультета, утвердившего изменения