

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 11.07.2025 12:50:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

УП: 43.03.02 Туризм
2025.plx

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Утверждаю:
Руководитель ООП

Л.П. Богданова
«19» мая 2025 г.


Рабочая программа дисциплины

Реклама в туризме

Закреплена за кафедрой:	Туризма и природопользования
Направление подготовки:	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль):	Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
Квалификация:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Семестр:	8

Программу составил(и):

канд. геогр. наук, декан, Хохлова Елена Револьдовна

Тверь, 2025

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля):

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 турбизнесе.

Задачи :

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

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- Иметь представление об основных видах рекламы.
- Владеть культурой устной и письменной речи.
- Владеть основами информационных технологий.

Основы туризма

Маркетинг в туризме

Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Проектирование туров

Туристское страноведение

Мотивация потребителей туристских услуг

Технологии и организация гостиничных услуг

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108
в том числе:	
самостоятельная работа	63

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

Виды контроля в семестрах:	
зачеты	8

6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Сем.	Часов	Примечание
	Раздел 1. Введение				
1.1		Лек	8	1	
	Раздел 2. Информация и реклама в туризме				
2.1	Имидж туристской фирмы как средство рекламы	Лек	8	1	
2.2	Имидж туристской фирмы как средство рекламы	Ср	8	2	
2.3	Единое информационное пространство в индустрии туризма	Лек	8	1	
2.4	Единое информационное пространство в индустрии туризма	Ср	8	1	
2.5	Реклама в индустрии туризма	Лек	8	1	
2.6	Реклама в индустрии туризма	Пр	8	1	
2.7	Реклама в индустрии туризма	Ср	8	2	
2.8	Регулирование рекламной деятельности в туризме	Лек	8	1	
2.9	Регулирование рекламной деятельности в туризме	Пр	8	1	
2.10	Регулирование рекламной деятельности в туризме	Ср	8	2	
2.11	Рекламное обращение - основа рекламы	Лек	8	1	
2.12	Рекламное обращение – основа рекламы	Пр	8	1	
2.13	Рекламное обращение – основа рекламы	Ср	8	2	
	Раздел 3. Виды рекламной деятельности в туризме				

3.1	Прямая почтовая реклама в туризме	Ср	8	4	
3.2	Реклама туризма на выставках и ярмарках. Сувенирная рекламная продукция	Ср	8	6	
3.3	Реклама туризма на выставках и ярмарках. Сувенирная рекламная продукция	Пр	8	4	
3.4	Прямая почтовая реклама в туризме	Пр	8	2	
3.5	Наружная реклама в туризме	Ср	8	6	
3.6	Печатная реклама в туризме	Лек	8	1	
3.7	Печатная реклама в туризме	Пр	8	2	
3.8	Печатная реклама в туризме	Ср	8	4	
3.9	Туристская реклама в прессе	Лек	8	1	
3.10	Туристская реклама в прессе	Пр	8	2	
3.11	Туристская реклама в прессе	Ср	8	4	
3.12	Прямая почтовая реклама в туризме	Лек	8	1	
3.13	Наружная реклама в туризме	Пр	8	4	
3.14	Аудиовизуальная, радио и телереклама в туризме	Лек	8	2	
3.15	Аудиовизуальная, радио и телереклама в туризме	Пр	8	4	
3.16	Аудиовизуальная, радио и телереклама в туризме	Ср	8	6	
3.17	Реклама туризма в Интернет	Лек	8	1	
3.18	Реклама туризма в Интернет	Пр	8	2	
3.19	Реклама туризма в Интернет	Ср	8	4	
	Раздел 4. Зарубежный опыт рекламной деятельности				
4.1	Реклама туризма в странах Скандинавии	Лек	8	1	
4.2	Реклама туризма в странах Скандинавии	Пр	8	2	
4.3	Реклама туризма в странах Скандинавии	Ср	8	4	
4.4	Реклама туризма в странах Западной Европы	Лек	8	1	
4.5	Реклама туризма в странах Западной Европы	Пр	8	2	
4.6	Реклама туризма в странах Западной Европы	Ср	8	4	

4.7	Реклама туризма в Соединенных Штатах Америки	Лек	8	1	
4.8	Реклама туризма в Соединенных Штатах Америки	Пр	8	3	
4.9	Реклама туризма в Соединенных Штатах Америки	Ср	8	4	
	Раздел 5. Самостоятельная разработка рекламной продукции и ее защита				
5.1	Разработка туристской рекламной презентации и её защита	Ср	8	8	

Образовательные технологии

Проблемная лекция
 Работа с учебниками, материалами сети Интернет
 Подготовка и обсуждение презентаций
 Тренинг – работа с нормативными и аналитическими материалами
 Проектные технологии, работа в малых группах
 Кейс «Создание рекламного туристического продукта»
 Тренинг – работа с печатными рекламными материалами
 Личностно-ориентированные технологии
 Тренинг – работа с аудио и видео рекламными материалами
 Кейс-технологии, информационные технологии
 Диалоговые технологии, кейс- технологии
 Самостоятельная разработка рекламной продукции турфирмы: товарный знак турфирмы,
 фирменный бланк турфирмы, визитная карточка сотрудника турфирмы, оформление входной группы турфирмы

Список образовательных технологий

1	Игровые технологии
2	Проектная технология
3	Информационные (цифровые) технологии
4	Технологии развития дизайн-мышления

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

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 брендайдентика 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 туристических услуг
12. Планирование и проведение рекламной кампании в туристической сфере
13. Event-marketing в туристической сфере
14. Законодательные основы рекламы в туризме
15. Социально-психологические особенности рекламы в сервисе и туризме

8.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

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

8.3. Требования к рейтинг-контролю

В соответствии с действующим «Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ» содержание дисциплины делится на два модуля. Текущий контроль в каждом модуле предусматривает проведение рейтингового контроля в письменной форме.

- 1 модуль
- Темы 1-8
- Текущая работа студента 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
- Всего 50 баллов
- 2 модуль
- Темы 8-16
- Текущая работа студента 20 баллов за работу на практических занятиях 10 баллов за доклады, подготовку сообщений, презентаций
- Итоговый контрольный модуль Самостоятельная разработка 20 баллов
- Всего 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.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекомендуемая литература

Основная

Шифр	Литература
------	------------

Л.1.1	Дурович, Реклама в туризме, Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024, ISBN: 978-5-16-019702-9, URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=439710
Л.1.2	Абабков, Абабкова, Филиппова, Реклама в туризме, Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022, ISBN: 978-5-16-004905-2, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=392142
Л.1.3	Морган, Причард, Реклама в туризме и отдыхе, Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017, ISBN: 978-5-238-00647-0, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=340992

Перечень программного обеспечения

1	Adobe Acrobat Reader
2	Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows
3	Google Chrome

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1	БД Web of Science
2	БД Scopus
3	Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ)
4	Репозиторий ТвГУ
5	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы)
6	ЭБС ТвГУ
7	ЭБС BOOK.ru
8	ЭБС «Лань»
9	ЭБС IPRbooks
10	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
11	ЭБС «ЮРАИТ»
12	ЭБС «ZNANIUM.COM»
13	СПС "КонсультантПлюс"
14	СПС "ГАРАНТ"

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудит-я	Оборудование
6-212	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, проектор
6-111	компьютеры, сканер

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ