PEKAAMA B CKCT

Реклама уверенно вошла в нашу повседневную жизнь

Мы живем в мире, ориентированном на маркетинг и средства массовой информации, причем значительная часть рекламы направлена на продвижение товаров и услуг для отдыха, проведения досуга, туризма.

Реклама оказывает социально-культурное и психологическое воздействие на общество с одной стороны и стимулирует развитие экономики с другой.

Двунапраленная значимость рекламы

Реклама играет важную роль в реализации маркетинговой стратегии туристской фирмы и имеет *Двунапраленную* значимость

Для потребителя

Реклама дает потребителю новые знания, опыт, усиливает удовлетворенность от покупки.

Реклама в доводит до сознания потенциальных потребителей наиболее важные сведения и факты о туристских продуктах и туристском предприятии.

Для производителя

С помощью рекламы туристские предприятия осваивают новые рынки сбыта.

Реклама обостряет конкурентную борьбу, способствуя повышению качества туристского обслуживания.

Реклама позволяет увеличить объемы продаж.

Содействует формированию и пывышению имиджа туристического предприятия и продукта.

Особое значение реклама приобретает в условиях информатизации общества.

Реклама уникальный инструмент **многомерной коммуникации между:**

- туристским предприятием
- производителями туристских услуг
- посредниками
- потребителями
- контактными аудиториями
- государственными организациями

Реклама поддерживает "обратную связь" с рынком, что позволяет вносить коррективы в сбытовую деятельность.

Реклама не может и не должна компенсировать низкий уровень качества туристских продуктов и обслуживания клиентов.

Действенность рекламы в значительной степени зависит от правильного применения соответствующих форм и средств воздействия на потребителя.

Именно систематизированному анализу указанных аспектов и будут посвящены наши занятия.

Кроме того, мы детально рассмотрим средства распространения туристской рекламы.

Особое внимание будет обращено на проблемы организации рекламы национального туристского продукта и регулирования рекламной деятельности.

КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА

А. Общекультурные компетенции (ОК) - готовность

- к восприятию культуры и обычаев других стран и народов,
- к межкультурным коммуникациям в туристской индустрии;
- соблюдать этические и правовые нормы, регулирующие отношения человека с человеком, обществом, окружающей средой;
- к анализу, восприятию информации, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

В. Профессиональные компетенциями (ПК):

- 1. проектная деятельность
- 2. производственно-технологическая деятельность
- 3. организационно-управленческая деятельность
- 4. сервисная деятельность
- 5. научно-исследовательская деятельность

ПРОГРАММА ПРЕДМЕТА

- 1. Реклама в комплексе маркетинга (Комплекс, маркетинговых коммуникаций, Структура комплекса маркетинговых коммуникаций, Место рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций, Функции рекламы, Характеристика современного рекламного процесса
- 2. Реклама в индустрии туризма (Особенности рекламы в туризме, Виды туристской рекламы, Рекламная кампания, Планирование рекламной деятельности тур. Педприятия
- 3. Рекламные исследования и определение целей рекламы Информационное обеспечение рекламной деятельности, Сущность рекламных исследований, Направления рекламных исследований, Определение целей рекламы

4. Принятие решений о рекламном обращении

- Рекламное обращение центральный элемент рекламы, Тема и девиз рекламы, Структура рекламного обращения
- Форма рекламного обращения, Цвет и иллюстрации в рекламном обращении, Стиль рекламного обращения
- 5. Выбор средств распространения рекламы (Задачи выбора средств распространения рекламы, Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы, Принятие решений об основных параметрах рекламы, Периодичность рекламных обращений)
- 6. Разработка рекламного бюджета (Решения, принимаемые при разработке рекламного бюджета, Определение общего объема средств на рекламу, Распределение рекламных средств по направлениям и статьям расходов

- 7. Оценка эффективности рекламной деятельности (Подходы к определению эффективности рекламной деятельности, Экономическая эффективность рекламной деятельности, Коммуникативная эффективность рекламной деятельности)
- 8. **Туристская реклама в прессе** (Особенности рекламы в прессе, Выбор издания, Месторасположение и размеры рекламного обращения, Текст рекламного обращения)
- 9. **Печатная реклама** (Классификация и особенности печатной рекламы, Виды печатной рекламы)
- 10. Аудиовизуальная, радио- и телереклама (Аудиовизуальная реклама, Радиореклама, Телевизионная реклама)

- 11. **Прямая почтовая реклама** (Особенности прямой почтовой рекламы, Формирование адресов рассылки, Разновидности прямой почтовой рекламы)
- 12. Рекламные сувениры, наружная и компьютеризированная реклама (Рекламные сувениры, Наружная реклама, Компьютеризированная реклама)
- 13. Реклама на выставках и ярмарках (Характеристика выставочных мероприятий, Процесс участия туристской фирмы в работе выставки, Оформление выставочного стенда, Работа персонала туристской фирмы на выставках)

14. Имидж туристского предприятия как средство рекламы

(Формирование имиджа туристского предприятия, Фирменный стиль туристского предприятия, Товарный знак-центральный элемент фирменного стиля, Оформление офиса, Организация приема посетителей)

15. Реклама национального туристского продукта

(Национальный туристский продукт, Организация рекламы национального туристского продукта)

16. Регулирование рекламной деятельности (Объективная необходимость законодательного и общественного регулирования рекламной деятельности, Регули-ние рекламной деятельности за рубежом, Международный кодекс рекламы, Регулирование рекламной деятельности в Армении)

Литература

Дурович А.П. Реклама в туризме. – Минск, 2008. Тимофеев М.И. Связи с общественностью. М. 2006 Морозова Н.С., Морозов М.А. Реклама в социально-

культурном сервисе. - М, 2005.

Морган Н., Причард А. Реклама. Туризм и отдых.-М, 2004

Панкратов Ф.Г. и др. Рекламная деятельность. - М, 2003.

Антипов К.В. Паблик Рилейшнз. - Москва, 2002.

Дополнительная литература

Антипов К.В. Паблик Рилейшнз. - Москва, Издательство" Дашкоа и К", 2002.

Т.Кеглер и др. Реклама и маркетинг в Интернете.- Москва, Альпина Паблишер, 2003.

Матанцев А.Н. Эффективность рекламы. - Москва, 2002. Ромат Е.В. Реклама. - СПб, 2001.

Дурович А.П Маркетинг в туризме. - Минск, Новое знание, 2004

Дурович А.П., Анастасова Λ. Маркетинговые исследования в в туризме. - Минск, Новое знание, 2004

Бухтерева О. С. Реклама в социальнокультурном сервисе и туризме: Учебное пособие. — М.: «Дашков и К°», 2009. — 208 с.