

РЕКЛАМА В СКСТ

The image features a light beige background. In the lower right quadrant, there are several overlapping, wavy, ribbon-like shapes in a slightly darker shade of beige, creating a decorative, flowing pattern.

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.

Двунаправленная значимость рекламы

Реклама играет важную роль в реализации маркетинговой стратегии туристской фирмы и имеет *Двунаправленную 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 повышению 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.

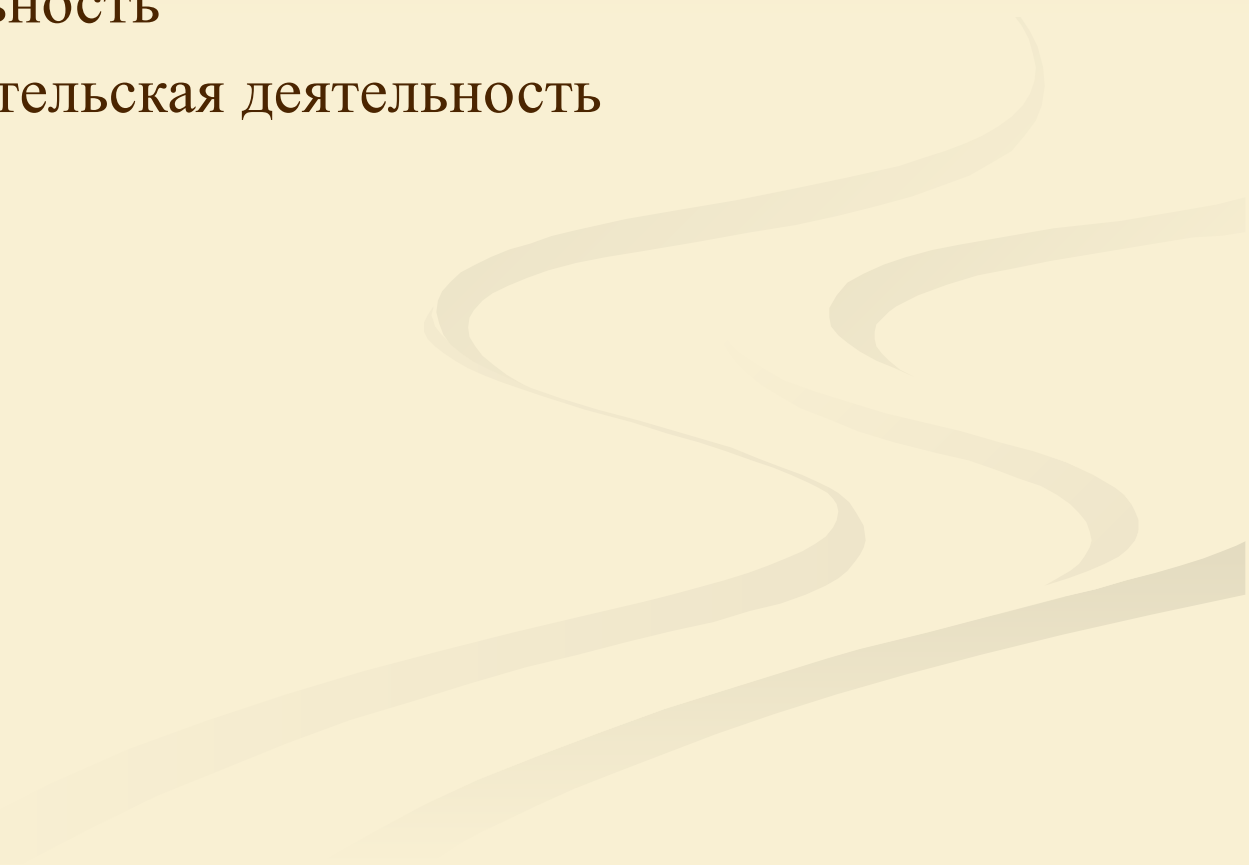
Особое внимание будет обращено на проблемы организации рекламы национального туристского продукта и регулирования рекламной деятельности.

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. Предприятия)
- 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, Стилль 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, Регулирование 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 Л. Маркетинговые исследования в туризме. - Минск, Новое знание, 2004

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