

# 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.

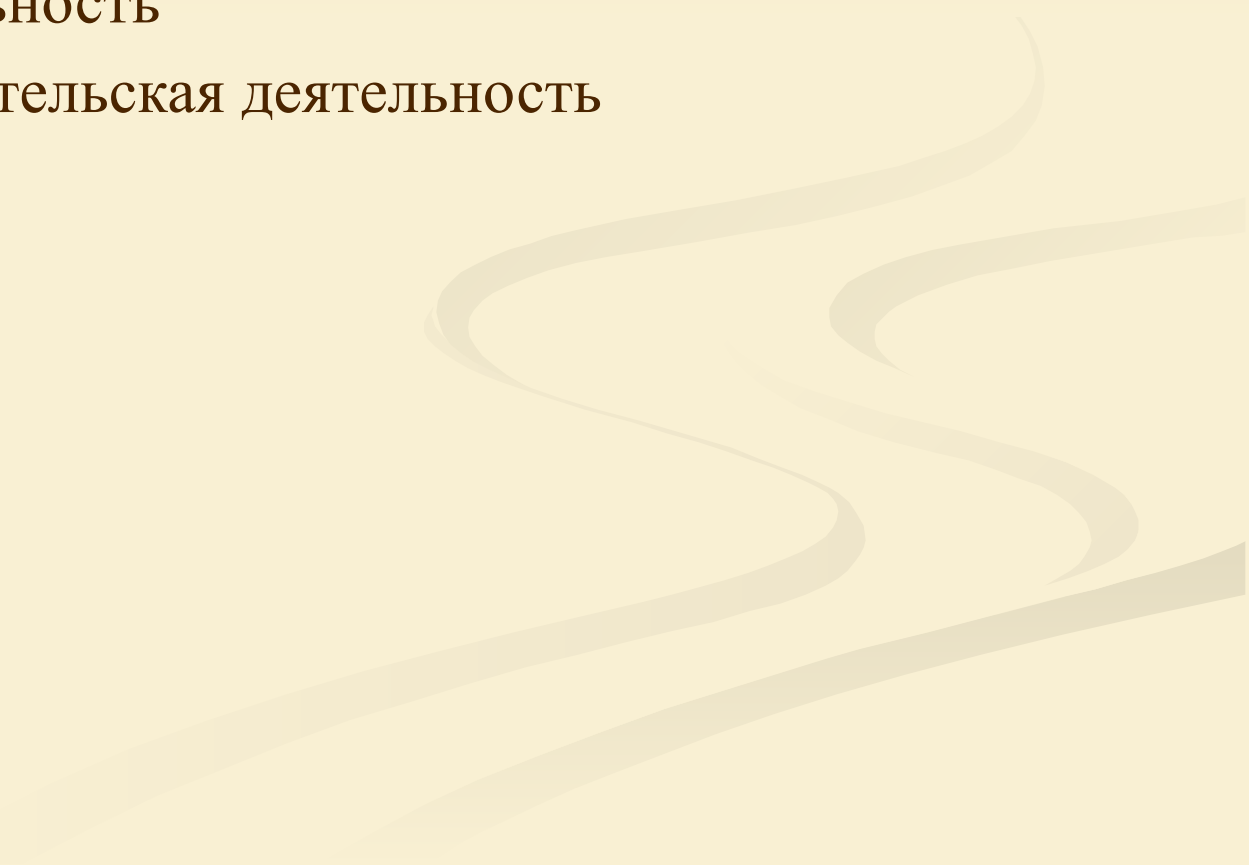
# КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА

## **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.