

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан естественно-географического  
факультета



С.В. Желов

« 31 » августа 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Реклама в туризме

Уровень основной профессиональной образовательной программы

бакалавриат

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль)

Технология и организация туроператорских и  
турагентских услуг

Форма обучения

Очная

Сроки освоения ОПОП

Нормативный, 4 года

Факультет

Естественно-географический

Кафедра

Рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2020

## **ВВОДНАЯ ЧАСТЬ**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Реклама в туризме» являются формирование комплекса универсальных и профессиональных компетенций, а также выявление роли и значения различных видов рекламы в повышении эффективности профессиональной деятельности для организации комплексного туристского обслуживания в основных сегментах туристской индустрии.

### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА**

2.1. Учебная дисциплина «Реклама в туризме» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины

Этнолингвистическое и конфессиональное разнообразие регионов мира

Маркетинг в туризме

Технологии въездного и выездного туризма

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Туристско-рекреационное проектирование

Технология продаж туристских услуг

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся универсальных (УК) и профессиональных (ПК) компетенций

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3 Применяет универсальные интеллектуальные операции с целью суммирования и оценки информации (абстрагирование, обобщение, ранжирование)	Способы, алгоритм поиска базовой информации, проблемы получения корпоративной информации в рекламных целях, основы системного анализа полученной информации и ее применения для решения поставленных задач рекламного продвижения туристского продукта	Уметь сравнивать, сопоставлять, критически анализировать социокультурные различия национальных и социальных групп в совершенствовании рекламной коммуникации в сфере туризма	Навыками поиска и критической оценки необходимой информации в реализации эффективной рекламной коммуникации.

2.	ПК-2 Способен к планированию, реализации и оценке эффективности мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий	ПК-2.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, отбор наиболее эффективных каналов, планирует и реализует мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Принципы и эффективные способы планирования, реализации и оценке кампаний по продвижению туристского продукта	Организовывать успешные рекламные и пиар-кампании по продвижению туристского продукта и оценивать их эффективность	Основными технологиями продвижения туристского продукта посредством грамотного построения и проведения специальных мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта и их необходимой корректировке
----	--	---	---	--	--

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		№ 6	
		часов	
1	2	3	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	34	34	
В том числе:			
Лекции (Л)	16	16	
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)	18	18	
2. Самостоятельная работа студента (всего)	74	74	
Курсовой проект (работа)	КП		
	КР		-
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	3	3
	зачет с оценкой (ЗО)		
	экзамен (Э)		
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	108	108
	зач. ед.	3	3

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий на платформах ZOOM, Skype, Moodle, Microsoft Teams.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

семестра	№	раздела	№	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
6	1			Основы рекламы	Реклама как информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг и комплекс средств неценового регулирования сбыта продукции, формирования спроса. Развитие туристкой рекламы в России. Современное состояние туристкой рекламы в России Нормативно-правовое регулирование в рекламе в туризме. Виды рекламных кампаний в туризме.
6	2			Особенности рекламной деятельности в туристической индустрии	Функции рекламы в обществе и в сфере туризма. Реализация рекламой субкультурных стереотипов и образцов. Эстетические функции рекламы в туризме. Классификация рекламы. Специфика организации рекламной деятельности в туристской индустрии. Сфера бизнеса, коммерции государства и отдельных представителей. Покупательская способность

			потребительского рынка. Предпочтения, возрастные, финансовые и социальные особенности потребления. Сегментация потребительского рынка.
6	3	Разработка рекламного продукта	Основные каналы распространения рекламы в туризме. Креативность и возможности рекламы в туризме. Генерирование креативности – использование внутренней ценности. Элементы рекламного творчества в сфере туризма: рекламное имя, рекламный текст, рекламный образ, композиция рекламного обращения. Исследование потребительского рынка и определение целей рекламы. Этапы создания рекламы. Принципы составления текста. Художественное оформление. Структура рекламного обращения. Проблемы рекламного творчества в создании рекламного обращения. Специфика содержания рекламного обращения в сфере туристского бизнеса.

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 74 часа

Видами СРС являются:

- выполнение заданий при подготовке к практическим занятиям;
- работа с нормативно-правовыми актами;
- выполнение индивидуальных домашних заданий
- подготовка к зачету

### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

*(См. Фонд оценочных средств)*

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине не применяется.

### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2

1.	Дурович, А. П. Реклама в туризме : учеб. пособие / А.П. Дурович. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 158 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-107986-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1039322">https://znanium.com/catalog/product/1039322</a> (дата обращения: 10.06.2020)
2.	Абабков, Ю. Н. Реклама в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 170 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1072132">https://znanium.com/catalog/product/1072132</a> (дата обращения: 10.06.2020)
3.	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, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/454344">https://urait.ru/bcode/454344</a> (дата обращения: 10.06.2020).

## 5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1.	Бернадская, Ю.С. Звук в рекламе[Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.С. Бернадская. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 135 с. : табл. - (Азбука рекламы). - URL: Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436693">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436693</a> (дата обращения 15.08.2020)..
2.	Боголюбова, Н.М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева. - Санкт-Петербург : Издательство «СПбКО», 2009. - 416 с. - URL: Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=209858">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=209858</a> (.дата обращения 15.08.2020)
3.	Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. : схем., ил., табл. - ISBN 978-5-394-01068-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=345403">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=345403</a> (дата обращения 15.08.2020).)
4.	Марусева, И.В. Мишень вкуса: аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение» [Электронный ресурс] : монография / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 308 с. : ил., схем. - URL: Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=438287">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=438287</a> (дата обращения 15.08.2020).
5.	Мухина, А.Ю. Роль рекламы и PR-кампаний в туристическом бизнесе / А.Ю. Мухина. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 97 с. - ISBN 978-5-504-00601-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142441">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142441</a> (дата обращения 15.08.2020).
6.	Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - 2-е изд. стереотип. - Москва : Издательство «Флинта», 2016. - 181 с. - URL: Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=83470">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=83470</a> (дата обращения 15.08.2020)..
	Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы[Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - URL: Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=239874">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=239874</a> (дата обращения 15.08.2019). (дата обращения 15.08.2020).

7.	Сулейманова, Г.В. Реклама в туризме : учебно-методическое пособие / Г.В. Сулейманова ; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Институт технологий легкой промышленности, моды и дизайна. - Казань : Издательство КНИТУ, 2013. - 151 с. : ил.,табл. - ISBN 978-5-7882-1450-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=258594">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=258594</a> (дата обращения 15.08.2020).
8.	Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - URL: Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114422">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114422</a> (дата обращения 15.08.2020)
9	Уиллер, А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных [Электронный ресурс]/ А. Уиллер ; пер. с англ. А. Лисовского ; ред. В. Ионова. - 2-е изд. - Москва : Альпина Паблишерз, 2009. - 236 с. - URL: Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=443468">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=443468</a> (дата обращения 15.08.2020).

### **5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

1. Бесплатная электронная библиотека – URL: [readall.ru](http://readall.ru) (дата обращения 15.10.2020)
2. Библиотеки в Интернете – URL: <http://www.gpntb.ru/win/window/> (дата обращения 15.08.2020)
3. Портал электронной библиотеки – URL: <http://www.ihik.lib.ru/>( дата обращения 15.08.2020)
4. Профессиональный PR-портал SOVETNIK.RU. – URL: - <http://sovetnik.ru/> (дата обращения 15.08.2020)
5. Университетская библиотека online – URL: <http://www.biblioclub.ru/>  
<http://library.rsu.edu.ru/>( дата обращения 15.08.2020)
6. Электронные каталоги. Поиск книг в российских библиотеках – URL: <http://book.uraic.ru/internet/guide/books.htm>(дата обращения 15.08.2020)

### **5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины**

1. Федеральный фонд учебных курсов по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам- URL -<http://humanities.edu.ru/> / (дата обращения 15.08.2020)
2. Каталог образовательных интернет-ресурсов – URL - <http://catalog.vlgmuk.ru/index.pl> (дата обращения 15.08.2020)
1. Российский туризм.- это портал о туризме в России и ближнем зарубежье. URL [http://russiantourism.ru/main/main\\_15143.html](http://russiantourism.ru/main/main_15143.html) **Russiantourism.ru** – (дата обращения 15.08.2020)
3. Все о туризме. Туристическая библиотека. URL [http://tourlib.net/books\\_tourism/aleks21.htm](http://tourlib.net/books_tourism/aleks21.htm). (дата обращения 15.08.2020)
2. Бесплатная библиотека стандартов и нормативов - ГОСТ Р 50681-94 ТУРИСТСКО-



ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ.- URL <http://www.docload.ru/Basesdoc/4/4812/index.htm> (дата обращения 15.08.2020)

4. История, культура и традиции Рязанского края.– URL <http://www.history-ryazan.ru> (дата обращения 15.08.2020) –

### 5.5 Периодические издания

1. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. - <http://ratanews.ru/statistics/> . RATA-news – ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии (бывшая Российская ассоциация туристических агентств, RATA). (дата обращения 15.08.2020)

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук. Оборудование помещения для проведения лабораторных занятий ноутбуками или компьютерный класс.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям: <i>имидж, репутация, общественное мнение, образ</i> и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме и др.
Контрольная работа/Индивидуальное	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для

задание	запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Доклад-презентация	Исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой.
Собеседование	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу.

## **8.ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА**

### **Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):**

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

### **Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):**

Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.

Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.); набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>); система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»**

Утверждаю:

Декан естественно-географического  
факультета



С.В. Жеглов

«31» августа 2020 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Реклама в туризме»**

Направление подготовки  
43.03.02 Туризм

Направленность (профиль)  
Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация  
бакалавр

Форма обучения  
очная

Рязань 2020

### 1. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Реклама в туризме» являются формирование комплекса универсальных и профессиональных компетенций, а также выявление роли и значения различных видов рекламы в повышении эффективности профессиональной деятельности для организации комплексного туристского обслуживания в основных сегментах туристской индустрии.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе ( 6 семестр).

**3. Трудоемкость дисциплины:** - 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
	Знать	Уметь	Владеть (навыками)
3	4	5	6
УК-1.3	Способы, алгоритм поиска базовой информации, проблемы получения корпоративной информации в рекламных целях, основы системного анализа полученной информации и ее применения для решения поставленных задач рекламного продвижения туристского продукта	Уметь сравнивать, сопоставлять, критически анализировать социокультурные различия национальных и социальных групп в совершенствовании рекламной коммуникации в сфере туризма	Навыками поиска и критической оценки необходимой информации в реализации эффективной рекламной коммуникации.

ПК-2.2	Принципы и эффективные способы планирования, реализации и оценке кампаний по продвижению туристского продукта	Организовывать успешные рекламные и пиар-кампании по продвижению туристского продукта и оценивать их эффективность	Основными технологиями продвижения туристского продукта посредством грамотного построения и проведения специальных мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта и их необходимой корректировке
--------	---	--	--

### **5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения**

Зачет 6 семестр

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.