

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг и реклама в туристской индустрии» для направления подготовки 43.03.02 Туризм, направленность (профиль) образовательной программы «Организация и предоставление туристских услуг»**

### **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель дисциплины:** осветить основные вопросы, связанные с теорией и практикой маркетинговой и рекламной деятельности, а также особенностями организации и осуществления маркетинговой деятельности в туристской индустрии. Получение практических навыков по разработке рекламной стратегии, рекламно-информационных материалов, организации проведения рекламной кампании.

#### **Задачи дисциплины:**

- обучение студентов основам маркетинга;
- изучение элементов маркетинга и особенностей управления ими;
- формирование у учащихся современного понимания концепции маркетинга туристской индустрии.
- дать представление об основных видах и средствах распространения рекламы, рекламных жанрах и стилях;
- привить необходимые навыки разработки и составления рекламного обращения и рекламного бюджета, организации проведения рекламной кампании;
- изучить методику определения психологической и экономической эффективности рекламного обеспечения туризма;
- изучить способы продвижения турпродукта с использованием различных информационных средств.

### **2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В процессе освоения данной дисциплины обучающийся формирует и демонстрирует обладание следующими общепрофессиональными компетенциями:

**ОПК-3** - Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;

**ОПК-4** - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

### **3. Содержание дисциплины**

Понятие маркетинга. Значение маркетинговой информации туристского предприятия. Цели и задачи маркетинговых исследований. Понятие макросреды и микро среды маркетинга. Теория покупательского поведения. Маркетинговые стратегии. Организационные структуры управления маркетингом. Характеристика системы маркетинговых коммуникаций. Понятие целевой аудитории. Классификация видов рекламы в туризме. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Средства распространения рекламы. Особенности организации рекламных кампаний в социально-культурном сервисе и туризме. Туристские выставки. Реклама и вопросы этики и морали.