

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)**

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО
на заседании кафедры «Маркетинг»
протокол № 5 от 10.12.2015 г.
Зав. кафедрой «Маркетинг»



к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов по проведению
практических (семинарских) занятий
по дисциплине (модулю)

Реклама в туризме

код и наименование направления подготовки (специальности)	43.03.02 Туризм
направленность (профиль)	Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону
2017 г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Реклама в туризме» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.12.2015 N 1463.

Автор(ы):

ст.преп.Иванченко М.А.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Тема 1. Реклама как элемент продвижения, состояние и динамика развития современного рекламного рынка

Задания для занятий семинарского типа

1. Цели и важность продвижения.
2. История возникновения и развития рекламы.
3. Реклама в России. Понятие, цели и структура рекламы.
4. Роль и значение рекламы в современном обществе.
5. Основные подходы к пониманию рекламы.
6. Специфика рекламы как одного из методов продвижения.
7. Функции рекламы в обществе: экономические, социальные, коммуникативные, формирование потребительской идеологии, суггестивная, защитная и адапционная, эстетические.

Задания для самостоятельной работы

1. Особенности современного состояния и перспективы совершенствования рекламной деятельности в России.
2. Состояние и динамика развития современного рекламного рынка США, Западной Европы и России.
3. Использование новых медиа в туристской рекламе.

Тема 2. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг. Участники рынка рекламы.

Задания для занятий семинарского типа

1. Возникновение и особенности рекламного рынка России.
2. Субъекты рекламной деятельности.
3. Рекламная служба как составная часть маркетинга организации.

Задания для самостоятельной работы

1. Рекламные агентства и их функции.
2. Заказчики рекламы.
3. Разработчики рекламы.
4. Организация взаимодействия участников рекламного процесса и договорное регулирование их отношений.

Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности

Задания для занятий семинарского типа

1. Правовое регулирование рекламной деятельности в России.
2. Роль Федерального закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью.
3. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг.

Задания для самостоятельной работы

1. Саморегулирование рекламной деятельности в России. Регулирование со стороны большого бизнеса.
2. Ответственность участников рекламного процесса за нарушение законодательства о рекламе.
3. Кодексы рекламной практики.
4. Культура и этика рекламной деятельности.

Тема 4. Основные средства рекламы.

Задания для занятий семинарского типа

1. Основные признаки классификации рекламных средств.
2. Основные виды и типы рекламы.
3. Реклама в прессе.
4. Реклама печатная.
5. Аудиовизуальная реклама.
6. Радио- телереклама.
7. Выставки- ярмарки.

Задания для самостоятельной работы

1. Наружная реклама.
2. Реклама на транспорте.
3. Витринная реклама.
4. Сувенирная реклама.
5. Прямая почтовая реклама.
6. Компьютеризированная реклама.
7. Потребительская тара и упаковка.

Тема 5. Имидж и фирменный стиль в рекламе предприятия..

Задания для занятий семинарского типа

1. Понятие фирменного стиля предприятия и его составные элементы.
2. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля.
3. Требования, предъявляемые к товарному знаку.
4. Порядок регистрации товарных знаков.
5. Применение товарного знака в рекламе.
6. Использование товарного знака.

Задания для самостоятельной работы

1. Брендинг, как технология фирменности продукции.
2. Внешняя реклама магазина.
3. Интерьер магазина как средство рекламы.
4. Витрины как средство рекламы магазина.

Тема 6. Планирование и организация рекламных кампаний в туризме

Задания для занятий семинарского типа

1. Рекламные кампании, их классификация.

2. Цели рекламной кампании.
3. Последовательность проведения рекламной кампании.
4. Виды рекламных средств, используемые в рекламной кампании.
5. Основные понятия в медиопланировании. Вопросы разработки медиостратегии.
6. Сущность и структура плана рекламы.
7. Последовательность разработки плана рекламы.
8. Контроль над практической реализацией мероприятий рекламной кампании.

Задания для самостоятельной работы

1. Выбор рекламной стратегии.
2. Организация и планирование рекламной кампании.
3. Основные этапы проведения рекламной кампании.
4. Медиопланирование – основа достижения максимальной эффективности рекламной кампании.
5. Планирование рекламной деятельности на предприятии индустрии туризма.

Тема 7. Эффективность рекламных мероприятий

Задания для занятий семинарского типа

1. Экономическая эффективность рекламных мероприятий..
2. Психологическая эффективность средств рекламы.

Задания для самостоятельной работы

1. Способы оценки эффективности рекламы.
2. Методы определения эффективности рекламной кампании.

Тема 8. Особенности рекламной деятельности в туризме

Задания для занятий семинарского типа

1. Туры, поддерживающие тот или иной мотив и удовлетворяющие ту или иную потребность.
2. Примеры рекламы различных туристских маршрутов (международные, внутренние).
3. Маркетинг в туризме и гостеприимстве.
4. Комплекс маркетинга-микс: продукт, ценообразование, дистрибуция и продвижение.

Задания для самостоятельной работы

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Ключевые инструменты продвижения продукта в туризме и гостеприимстве. Реклама в системе маркетинга.
2. Преимущества и недостатки использования отдельных средств распространения рекламы в области туризма и отдыха

Тема 9. Сегментирование и разработка рекламного материала

Задания для занятий семинарского типа

1. Факторы, определяющие спрос на туристский продукт.

Задания для самостоятельной работы

2. Туристские мотивы. Дифференциация продукции в соответствии с демографическими, социально-экономическими и психологическими параметрами сегментирования.