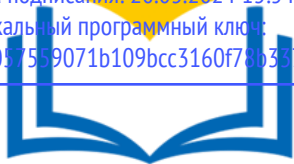


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ивлиев Тимур Юрьевич
Должность: Директор
Дата подписания: 20.03.2024 13:54:53
Уникальный программный ключ:
85c057559071b109bсс3160f78b337f0ba948b3c



109439, г. Москва, ул. Волгоградский проспект,
дом 138, корпус 3

Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Интерколледж»
(АНО ПО «Интерколледж»)

тел. 8 (495) 379-01-62
Web-сайт: <http://intercollege.su/>
e-mail: info@intercollege.su

Рабочая программа учебной дисциплины

ОП.09. Организация рекламной деятельности в туризме

**Специальность 43.02.10 Туризм
(базовая подготовка)**

ОДОБРЕНА

Предметно-цикловой комиссией
туристских дисциплин

Разработана на основе Федерального государственного
образовательного стандарта среднего
профессионального образования
43.02.10 Туризм

Протокол № 4
от « 15 » декабря 20 23 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии
туристских дисциплин


(Подпись)

А.И. Левина
(Ф.И.О.)

Заместитель директора по учебно-
методической работе


(Подпись)

О.В. Данилина
(Ф.И.О.)

Составитель: _____ Левина А.И.
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, место работы

Рецензент: _____ Барсукова Н.А.
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, место работы

Содержание

№ п/п	Наименование раздела	Стр.
1	Паспорт рабочей программы учебной дисциплины	4
2	Структура и содержание учебной дисциплины	6
3	Условия реализации рабочей программы учебной дисциплины	11
4	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	12

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины «Организация рекламной деятельности в туризме»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности **43.02.10 Туризм, укрупненная группа 43.00.00 Сервис и туризм.**

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Программа учебной дисциплины «Организация рекламной деятельности в туризме» является предметом по выбору из профессионального учебного цикла и относится к общепрофессиональным дисциплинам ППССЗ в учреждениях СПО.

Составлена на основе примерной программы учебной дисциплины «Организация рекламной деятельности в туризме» для специальностей среднего профессионального образования.

Программа учебной дисциплины может быть использована другими образовательными учреждениями профессионального и дополнительного образования в рамках реализации программ переподготовки кадров в учреждениях СПО.

Дисциплина ориентирована на освоение следующих компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; проводить анализ деятельности других туркомпаний;

- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;

- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения; консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туров;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туров;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося 144 часа, в том числе:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 96 часа;
- самостоятельной работы обучающегося 48 часов.

2. Структура и содержание учебной дисциплины

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	144
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	96
в том числе:	
Занятия на уроках	96
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	48
в том числе:	
Проработка учебной литературы и конспектов занятий. Изучение видеоматериалов. Создание презентаций по теме: История развития зарубежной рекламы.	48
Итоговая аттестация в форме Экзамена	

**2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины
«Организация рекламной деятельности в туризме»**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Определение целей и задач курса. Понятийно-терминологический аппарат.		15	
	<i>Содержание учебного материала</i>	10	
1	Понятие рекламы.		2
2	Виды рекламы.		3
3	Коммерческая реклама.		2
4	Социальная реклама		2
5	Политическая реклама.		2
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий. Изучение видеоматериалов. Создание презентаций по теме: История развития зарубежной рекламы.	5	3
Тема 2. История развития рекламы.		18	
	<i>Содержание учебного материала</i>	12	
6	Условия зарождения рекламы.		3
7	Реклама в Античности и ее значение в обществе.		2
8	Реклама в западноевропейской средневековой культуре.		2
9	Новый этап истории рекламы на Западе (XVI-XIX вв.)		2
10	Первые рекламные агентства. Новации в рекламе.		2
11	Развитие рекламы в России		2
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Изучение видеоматериалов. Проработка учебной литературы и конспектов занятий.	6	3
Тема 3. Планирование рекламной деятельности. Рекламная компания.		18	
	<i>Содержание учебного материала</i>	12	

	12	Субъекты рекламного рынка и специализации в области рекламы.		2
	13	Рекламная кампания.		2
	14	Этапы рекламной кампании и их характеристика.		2
	15	Правовая база рекламной деятельности		3
	16	План рекламной кампании.		2
	17	Бриф.		2
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Изучение видеоматериалов. Проработка учебной литературы и конспектов занятий.		6	3
Тема 4. Творческая стратегия рекламы.			12	
	<i>Содержание учебного материала</i>			
	18	Творческая стратегия рекламы.	8	3
	19	Теоретические направления формирования стратегии рекламной коммуникации.		2
	20	Коммуникативная стратегия торговой марки.		3
	21	Роль мотивации в построении рекламной стратегии.		2
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Изучение видеоматериалов. Проработка учебной литературы и конспектов занятий.		4	3
Тема 5. Торговая марка и бренд.			21	
	<i>Содержание учебного материала</i>			
	22	Фирменный стиль и торговая марка.	14	2
	23	Бренд.		2
	24	Брендинг.		2
	25	Марочный капитал и оценка бренда.		2
	26	Миссия бренда.		2
	27	Сферы функционирования бренда.		2
	28	Контрольная работа		2
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Изучение видеоматериалов. Проработка учебной литературы и конспектов занятий.		7	3

Тема 6. Формирование рекламного образа.		12	
	<i>Содержание учебного материала</i>	8	
1	Рекламный образ.		2
2	Вербальные элементы рекламы (текст).		3
3	Визуальные элементы рекламы (изображение).		2
4	Стилизация рекламного сообщения.		2
<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Изучение видеоматериалов. Проработка учебной литературы и конспектов занятий.		4	3
Тема 7. Средства распространения рекламы.		9	
	<i>Содержание учебного материала</i>	6	
5	Типология средств распространения рекламы.		2
6	Критерии выбора средств распространения рекламы.		2
7	Нестандартная реклама.		2
<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Изучение видеоматериалов.		3	3
Тема 8. Оценка эффективности рекламы.		9	
	<i>Содержание учебного материала</i>	6	
8	Рекламные исследования.		2
9	Этапы проведения рекламного исследования.		
10	Оценка эффективности рекламной продукции.		
<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий.		3	3
Тема 9. Реклама PR в туристическом бизнесе.		30	
	<i>Содержание учебного материала</i>	20	
11	Реклама в области «B2B» (Business to business), адресованная агентской сети, предлагающей турпродукт компании.		2
12	Реклама, адресованная непосредственно потребителям.		3

	13	Реклама в печатных СМИ.		2
	14	Реклама на телевидении.		2
	15	Реклама на радио.		2
	16	Наружная реклама.		2
	17	Реклама на транспорте.		2
	18	Реклама в местах продаж. Реклама на выставках, сувенирная реклама.		2
	19	Реклама в Интернете.		2
	20	PR мероприятия туристических компаний.		2
		Экзамен.		3
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий.		10	3
Всего:			144	

3. Условия реализации программы дисциплин

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета географии туризма, турагентской и туроператорской деятельности, информационно-экскурсионной деятельности.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя, рабочая доска.

Комплект учебно-наглядных пособий по предмету «Организация рекламной деятельности в туризме».

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением; экран, проектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основная

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство и год издания
1	Дизайн и рекламные технологии.	Ткаченко О.Н.	М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016
2	Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие.	Т.Л.Дашкова	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014.
3	Компьютерная графика и web-дизайн. Практикум: учебное пособие	Под ред. Л.Г. Гагариной	М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2013

Дополнительная

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство и год издания
1	Рекламный маркетинг: учеб. пособие.	Г.А.Васильев, А.А.Поляков.	М.: Вузовский учебник, 2011.
2	Информационные технологии в профессиональной деятельности	Е.В. Михеева, Е.Ю. Тарасова	«Академия», 2011г.
3	Информационные технологии в офисе. Практические упражнения	М.Ю. Свиридова	«Академия», 2011г.
4	Информационные технологии	М.Е. Елочкин, Ю.С. Брановский	«Издательство Оникс», 2010г.

INTERNET-ресурсы

www.iqlib.ru - электронно-библиотечная система образовательных и просветительских изданий

<http://school-collection.edu.ru> – единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.

<http://slovari.yandex.ru> – Интернет сервис словарей.

ru.wikipedia.org – свободная энциклопедия «Википедия»

www.hemi.nsu.ru электронная энциклопедия.

<http://xumuk.ru/> электронный справочник

<http://www.countries.ru/library.htm/>

4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (усвоенные умения, усвоенные знания)	Коды формируемых общих компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды рекламного продукта; - правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; - способы обработки статистических данных; - методы работы с базами данных; - методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; - планирование программ турпоездок; - основные правила и методику составления программ туров; - правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; - способы устранения проблем возникающих во время тура; - методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; - методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; - основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; - правила бронирования туруслуг; - методику организации рекламных туров; - правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; - технику проведения рекламной кампании; - методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; - техники эффективного делового общения, протокол и этикет; - специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами. 	<p>ОК 1- 9, ПК 3.1-3.4.</p>	<p>Наблюдение и педагогическое руководство во время учебных занятий; устное обсуждение и анализ учебных работ. Проведение итоговых просмотров аудиторных и домашних учебных работ и оценка их результатов. Проведение Контрольных работ. Анализ творческих, докладов, отчетов в виде выставок, презентаций.</p>
<p>Уметь:</p>		

<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; проводить анализ деятельности других туркомпаний; - работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; - обрабатывать информацию и анализировать результаты; - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; - работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; - работать с информационными и справочными материалами; - составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; - составлять турпакеты с использованием иностранного языка; - оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; - оформлять страховые полисы; - вести документооборот с использованием информационных технологий; - анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; - рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; - работать с агентскими договорами; - использовать каталоги и ценовые приложения; консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; - работать с заявками на бронирование туруслуг; - предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; - использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; - использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках; 		<p>Наблюдение и педагогическое руководство во время учебных занятий; устное обсуждение и анализ учебных работ. Проведение итоговых просмотров аудиторных и домашних учебных работ и оценка их результатов. Проведение Контрольных работ. Анализ творческих, докладов, отчетов в виде выставок, презентаций.</p>
---	--	---