

1.Код: ВВ.1.18

2.Назва: **РЕКЛАМА У ТУРИЗМІ**

3.Тип (обов'язковий / вибірковий): вибірковий

4.Цикл (короткий, перший, другий /третій): другий

5.Рік навчання, коли пропонується цей компонент: третій рік

6.Семестр/триместр, коли забезпечується компонент: 5 семестр

7.Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 4

8.Прізвище лектора: доцент Кравченко А.В.

9.Результати навчання:

**знання:** види, функції і стилі туристичної реклами; особливості сучасного рекламного процесу; вимоги до рекламних звернень в туризмі; сучасні засоби туристичної реклами; рекламні можливості мережі Інтернет; методи оцінки ефективності реклами;

**вміння:** планувати рекламну кампанію в туризмі; складати бюджет рекламних витрат; робити вибір засобів реклами для конкретних умов; планувати рекламну діяльність туристичної фірми в мережі Інтернет; оцінювати економічну та соціальну ефективність реклами; планувати рекламну діяльність на зовнішніх туристичних ринках;

**компетентності:** здатність до розробки рекламного продукту на основі сучасних технологій; здатність знаходити, аналізувати і обробляти науково-технічну інформацію у сфері рекламної діяльності з використанням інформаційно-комунікаційних технологій; здатність використовувати методи моніторингу ринку туристично-реklamних послуг.

10.Форми запровадження (аудиторне/ дистанційне навчання...): аудиторне.

11.Зміст курсу:

**Тема 1. Поняття туристичної реклами та її місце в системі маркетингових комунікацій.**

Види та функції туристичної реклами. Поняття реклами. Туристична реклама. Мета туристичної реклами. Вимоги до реклами в туризмі. Рекламна комунікація.

**Тема 2. Характеристика сучасного рекламного процесу в туризмі.**

Схема рекламного процесу. Рекламодавець (туристична фірма). Рекламне агентство. Паблік рилейшнз. Засіб розповсюдження реклами. Споживач (турист). Функції рекламодавця по відношенню до рекламного агентства. Функції рекламного агентства. Глобальне рекламне агентство, рекламна кампанія, медіа планування.

**Тема 3. Структура, форма та стиль рекламного звернення.**

Рекламне звернення.. та його структура. Стадії рекламної діяльності. Стиль туристичної реклами. Колір в туристичній рекламі. Ілюстрації в туристичній рекламі. Інформативність ілюстрацій.

**Тема 4. Інформаційно-реklamні матеріали.**

Вибір інформаційно-реklamного матеріалу. Інформаційний лист. Комерційна пропозиція. Інформаційний листок. Рекламна листівка. Буклет. Проспект. Брошура. Каталог. Прес-реліз. Календар.

**Тема 5. Зовнішня туристична реклама.**

Зовнішня реклама. Щитова реклама. Плакат Афіша. Транспаранти. Світлова реклама. Реклама на транспорті. Реклама на зупинках міського транспорту. Реклама в місцях продажі. Частотність зовнішньої реклами, гнучкість зовнішньої реклами, вартість, вплив на аудиторію. Недоліки зовнішньої реклами.

**Тема 6. Туристична реклама в періодичній пресі.**

Радіореklama в маркетингу туристичної фірми. Реклама в пресі. Рекламні оголошення. Публікації рекламного характеру. Туристична реклама в газетах. Розмір рекламного звернення. Привабливість рекламного звернення. Радіореklama.

**Тема 7. Особливості телереklami.**

Туристична реклама в мережі Інтернет. Туристична реклама по телебаченню. Рекламний ролик. Інтерактивне телебачення. Електронна пошта . Розміщення реклами та оголошень у визначених комерційних телеконференціях. Веб-сервер і робота з ним. Віртуальний

туризм.

### **Тема 8. Оцінка ефективності реклами.**

Економічна ефективність реклами. Рентабельності реклами. Показник ефективності витрат на рекламу у Доступність для розуміння. Надійність. Сугестивність. Позитивний інтерес. Попередні дослідження. Метод прямої оцінки. Рекламний ефект взаєморозуміння.. Новітні технології рекламування.

### **Тема 9. Вплив реклами на підсвідомість.**

Нейролінгвістичне програмування (НЛП). Еріксоніанський (прихований) гіпноз. Використання ритмічної музики, мигаючого світла та блимаючої крапки.

### **Тема 10. Міжнародна туристична реклама.**

Міжнародний маркетинг. Туристична реклама на зовнішніх ринках. Огляд рекламного законодавства різних країн.

### **12. Рекомендоване або обов'язкове вивчення й інші навчальні ресурси / засоби:**

#### **Базова**

1. Закон України «Про рекламу» (Із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]// Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 39, ст. 181. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=270%2F96-%E2%F0>
2. Антипов К.В. Основы рекламы: Учебник [Електронний ресурс] / К.В. Антипов. – М.: Дашков и К, 2009. – 328 с
3. Батра Р. Рекламный менеджмент Пер. с англ. – 5-изд. [Електронний ресурс]/ Р.Батра, Дж.Майерс, Д. Аакер.- Пер. с англ. – 5-изд. – М.; СПб.; К.: Вильямс, 2004. – 784 с
4. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: Навч. посібник / Т.І. Лук'янець. — 2-ге вид., доп. — К.: КНЕУ, 2003. — 440 с.
5. Миронов Ю.Б. Основы рекламной деятельности : Навчальний посібник [Електронний ресурс]/ Ю.Б. Миронов, Р.М. Крамар. – Дрогобич, 2007. – 102 с
6. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: Учеб. пособие [Електронний ресурс]/ Науч. ред. М.В. Удальцова. – М. : ИНФРА-М; 2009. – 230 с

#### **Додаткова**

1. Голда Н.М. Вдосконалення процесу планування рекламної компанії на основі використання синергетичного ефекту /Н.М. Голда, О.І. Міщук. // Наука й економіка. - 2011. - Вип. 2. - С.64-67
2. Денисенко А. Экономическая эффективность рекламы /А. Денисенко. // Справочник экономиста. - 2011. - № 3. - С.29-34
3. Денисенко А. Расчет рекламного бюджета /Алексей Денисенко. // Справочник экономиста. - 2011. - № 4. - С.28-34.
4. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посіб.: пер. з 4-го англ. вид./доповнення і редакція Д. Ядіна. – 2-ге укр. вид., випр і доп. - К.: "Знання", 2008.- 565с.

#### **Інформаційні ресурси**

1. [http://tourlib.net/books\\_tourism/durovich.htm](http://tourlib.net/books_tourism/durovich.htm)
2. [http://pidruchniki.ws/10611207/turizm/osoblivosti\\_reklami\\_turizmi](http://pidruchniki.ws/10611207/turizm/osoblivosti_reklami_turizmi)
3. <http://www.geograf.com.ua/glossary/termini-z-galuzi-turizmu-ta-rekreacii/reklama-v-turizmi>

### **13. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

лекції, практичні заняття, консультування, робота в науково-дослідній групі, самостійна робота.

### **14. Форми та критерії оцінювання:**

Поточний контроль та оцінювання виконання завдань на практичних заняттях, оцінювання контрольних модульних робіт, виконання творчих індивідуальних завдань. Підсумковий контроль, залік у 5 семестрі.

Шкала оцінювання: національна та ECTS.

Накопичення балів протягом семестру

№ п/п	Вид діяльності	Кількість балів за дидактичну одиницю	Кількість лекцій, практичних робіт тощо	Загальна кількість балів
1	2	3	4	5
1	Виконання лабораторних робіт	10	6	60
2	Модульна контрольна робота	10	2	20
3	Творча робота/реферат	10	2	20
Результати поточного контролю				100
Загальна кількість балів				100
Підсумкова оцінка				100

Критерії оцінювання.

Сума балів за навчальну діяльність	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи, практики	для заліку
90-100	A	високий: відмінно	зараховано
80-89	B	достатній: добре	
70-79	C	низький: задовільно	
65-69	D		
60-64	E		
35-39	FX	незадовільний (з можливістю повторного складання)	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільний (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

15. Мова викладання: українська