

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.04 Туриформатика с основами рекламы

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Направленность (профиль)

49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Форма обучения

очная

Год набора

2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Ст. преподаватель, Недашковская А.С.

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью освоения дисциплины «Туриформатика с основами рекламы» является получение знаний в области рекламы туристской и рекреационной деятельности (в т.ч. public relations в сфере рекреации и туризма), знакомство с современным туриформационным программным обеспечением и приобретение навыков работы с ним.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- теоретическое обоснование туриформатики и рекламного дела как научной и учебной дисциплины;
- анализ стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний;
- рассмотрение роли и функций основных участников и составляющих рекламного процесса;
- знакомство с последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации и реализации рекламных кампаний.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
УК-1.1: Осуществляет поиск, анализ информации для решения поставленной задачи	Нормативно-правовую базу рекламы и информатики применять современные методы, приемы и технические средства различными методами анализа и составления документации
УК-1.2: Осуществляет критический анализ и синтез информации для решения поставленной задачи	Теоретические основы туриформатики и рекламы применять на практике полученные теоретические знания о возможностях применения информатики и рекламы основными коммуникативными методами и приемами рекламы

УК-1.3: Применяет системный подход для решения поставленных задач	психологические аспекты воздействия и воспитания рекламы использовать различные виды рекламы, их
	специфику в зависимости от объекта рекламы методами обработки и анализа информации, используя компьютерную технику
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
УК-4.1: Выбирает на государственном и иностранном (ых) языке (ах) коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами	Нормативно-правовую базу рекламы и информатики применять современные методы, приемы и технические средства различными методами анализа и составления документации
УК-4.2: Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языке (ах)	Теоретические основы туринформатики и рекламы применять на практике полученные теоретические знания о возможностях применения информатики и рекламы различными методами анализа и составления документации
УК-4.3: Демонстрирует владение основами речевого этикета и профессиональной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	психологические аспекты воздействия и воспитания рекламы использовать различные виды рекламы, их специфику в зависимости от объекта рекламы методами обработки и анализа информации, используя компьютерную технику
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	
УК-6.1: Эффективно планирует собственное время	Нормативно-правовую базу рекламы и информатики применять современные методы, приемы и технические средства различными методами анализа и составления документации
УК-6.2: Определяет цели собственной деятельности, планирует карьеру с учетом собственных ресурсов, внешних условий и средств	Теоретические основы туринформатики и рекламы применять на практике полученные теоретические знания о возможностях применения информатики и рекламы различными методами анализа и составления документации

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,39 (50)	
занятия лекционного типа	0,44 (16)	
практические занятия	0,94 (34)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,61 (58)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Раздел 1. Реклама.									
	1. Основные понятия рекламы, ее история и современное состояние. Функции рекламы, рекламный процесс.	1							
	2. Эволюция роли информатики и пропаганды в рекреации и туризме. Информационная и рекламная составляющие туристской и рекреационной деятельности, их взаимодействие. Общая характеристика наиболее распространенных информационных систем.	1							
	3. Основные понятия рекламы, ее история и современное состояние. Функции рекламы, рекламный процесс.			2					

4. Эволюция роли информатики и пропаганды в рекреации и туризме. Информационная и рекламная составляющие туристской и рекреационной деятельности, их взаимодействие. Общая характеристика наиболее распространенных информационных систем.			4					
5. Изучение отличий порпаганды, агитации и PR; взаимодействие с рекламой.							12	
2. Раздел 2. Информация.								
1. Информационная и рекламная деятельность спортивно-оздоровительном туризме. Информационне технологии и инфомационные системы в индустрии туризма.	2							
2. Средства информации потенциальных клиентов (реклама СМИ, "видовые фильмы", путеводители, туристские карты и т.п.	2							
3. Информационная и рекламная деятельность спортивно-оздоровительном туризме			4					
4. Средства информации потенциальных клиентов (реклама СМИ, "видовые фильмы", путеводители, туристские карты и т.п.			4					
5. Анализ рекламной деятельности в СМИ в отношении социально-культурного сервиса и туризма.							12	
3. Раздел 3. Фирменный стиль.								
1. Создание фирменного стиля, его задачи и функции: защитная, конкурирующая и пропагандистская; элементы системы фирменного стиля: товарный знак, фирменный блок и т.д.	2							

2. Создание фирменного стиля, его задачи и функции: защитная, конкурирующая и пропагандистская; элементы системы фирменного стиля: товарный знак, фирменный блок и т.д.			6					
3. Франчайзинг в туризме. Технология формирования имиджа специалиста, репутации мест и баз рекреации, туристской фирмы и их значение для деятельности.	2							
4. Франчайзинг в туризме. Технология формирования имиджа специалиста, репутации мест и баз рекреации, туристской фирмы и их значение для деятельности.			2					
5. Брендинг. Оценка работы бренда. Средства продвижения бренда. Поддержание имиджа бренда.							12	
4. Раздел 4. Паблик-релейшн								
1. Туриформатика и паблик-релейшн (ПР) в сфере рекреации и туризма. Организация рекламной компании и ее компонентов. Типология рекламного продукта.	1							
2. Туриформатика и паблик-релейшн (ПР) в сфере рекреации и туризма. Организация рекламной компании и ее компонентов. Типология рекламного продукта.			2					
3. Принципы и методы взаимодействия с различными средствами массовой информации. Оценка эффективности рекламной деятельности.	2							
4. Принципы и методы взаимодействия с различными средствами массовой информации. Оценка эффективности рекламной деятельности.			2					
5. Принципы и методы взаимодействия с различными средствами массовой информации. Оценка эффективности рекламной деятельности.							12	
5. Раздел 5. Рекламный материал.								

1. Техника распространения рекламных материалов. Подготовка ПР - обращений: письменных, устных, визуальных; методика планирования, организации и проведения ПР - компаний.	1							
2. Техника распространения рекламных материалов. Подготовка ПР - обращений: письменных, устных, визуальных; методика планирования, организации и проведения ПР - компаний.			4					
3. Информационные технологии в предприятиях и питания, в местах рекреации. Глобальные сети бронирования и резервирования.	2							
4. Информационные технологии в предприятиях и питания, в местах рекреации. Глобальные сети бронирования и резервирования.			4					
5. Глобальные сети резервирования и бронирования. Информационные системы туристского офиса.							10	
Всего	16		34				58	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Захарова И. Г. Информационные технологии в образовании: учебное пособие для студентов вузов(Москва: Академия).
2. Кимяев Д. И., Костин Г. А., Курлов В. В. Информационные технологии в туристической индустрии: учебное пособие для вузов по направлению подготовки 100400 "Туризм", специальности 100103.65 "Социально-культурный сервис и туризм" (Санкт-Петербург: Троицкий мост).
3. Дурович А. П. Реклама в туризме: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
4. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль: руководство дизайнера: [пер. с англ.](Санкт-Петербург: Питер).
5. Безручко В. Т. Информатика (курс лекций): учебное пособие(Москва: ИД Форум).
6. Родигин, Родигин Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве. Лекции: учеб. пособие(Москва: Советский спорт).
7. Тимохина Т. Л. Технологии гостиничной деятельности. Теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата по экономическим направлениям и специальностям(Москва: Юрайт).
8. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз: учебник(Москва: Дашков и К).
9. Синяева И. М. Паблик рилейшнз: толковый слов.(М.: Дашков и К°).
10. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. Основы рекламы: учебник для вузов по специальности "Реклама"(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
11. Иванов Г. Г., Холин Е. С. Франчайзинг в торговле: Учебное пособие (Москва: Издательский Дом "ФОРУМ").
12. Гафурова Н. В., Лях В. И., Феськова Е. В., Чурилова Е. Ю. Прикладная информатика в образовании и образовательных технологиях: учеб.-метод. пособие [для студентов напр. 230700.68.00.01 «Прикладная информатика в образовании и образовательных технологиях»] (Красноярск: СФУ).
13. Лихачева Т. П. Прикладная информатика: международный бизнес: учеб.-метод. пособие для практ. занятий [для студентов спец. 080801.65 «Прикладная информатика (по отраслям)»](Красноярск: СФУ).
14. Багдасарьян И. С., Дудкина Г. В. Тренинг "Эффективные коммуникации": учебно-методическое пособие [для самостоятельной работы студентов по напр. 09.04.03 «Прикладная информатика», 09.04.03.00.02 «Реинжиниринг бизнес-процессов»](Красноярск: СФУ).
15. Багдасарьян И. С., Дудкина Г. В. Тренинг "Управление командой" для направления подготовки 09.04.03 "Прикладная информатика": учебно-методическое пособие [для самостоятельной работы студентов по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика», 09.04.03.02 «Реинжиниринг бизнес-процессов»](Красноярск: СФУ).

16. Лихачева Т. П. Прикладная информатика: международный бизнес: учеб. - метод. пособие для практических занятий(Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. WinRAR Standard License – для юридических лиц
2. Office Professional Plus 2007 Russian OLP NL AE
3. Windows Vista Starter 32-bit Russian 1pk DSP OEI DVD-2
4. Adobe Acrobat 8.0 Standard Russian Version Win Full Educ

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Мультимедиа-проектор для реализации лекционных занятий с использованием мультимедийного контента в виде презентаций, компьютерный класс с доступом к Интернет.

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Мультимедиа-проектор для реализации лекционных занятий с использованием мультимедийного контента в виде презентаций, компьютерный класс с доступом к Интернет.