

АННОТАЦИЯ

рабочей программы по дисциплине **РЕКЛАМА В СПОРТЕ**

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы магистратуры по направлению подготовки
43.04.02 ТУРИЗМ

Квалификация - магистр

Форма обучения – очная

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ:

Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама в спорте» составлена в соответствии с учебным планом подготовки *магистров* по направлению 43.04.02 — **Туризм, направленность (профиль) «Туристская деятельность в сфере физической культуры и спорта»** в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью освоения дисциплины (модуля) является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области рекламы и реализация их в своей профессиональной деятельности.

1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Результаты освоения дисциплины определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Магистр по направлению подготовки «**Туристская деятельность в сфере физической культуры и спорта**» в соответствии с видом деятельности и профилем подготовки при освоении дисциплины «Реклама в спорте» должен решать следующие задачи:

Организационно-управленческая деятельность:

принятие тактических и стратегических решений в разработке и реализации туристских продуктов, соответствующих требованиям потребителей.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина Б.1.В.09 относится к Блоку 1 вариативной части. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается в 3 семестре очной формы обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет. Для успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по дисциплине «Менеджмент физкультурно-оздоровительных услуг» — 1 сем.

1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

1.4.1. В результате освоения дисциплины формируются следующие профессионально-профильные компетенции:

готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1).

1.4.2. В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	- основные определения и понятия рекламы (ОПК-1); современное состояние рекламы в туристской индустрии (ОПК-1); законы и нормативные правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования рекламы (ОПК-1); специфику рекламных кампаний в сфере спорта (ОПК-1); понятия фирменного стиля спортивной организации (ОПК-1);
Уметь:	- применять полученные знания для успешного продвижения идей, товаров, услуг и начинаний на рынке туристской индустрии (ОПК-1);

	анализировать фирменный стиль туристской организации; выявлять принципы организации рекламных кампаний в туристской деятельности (ОПК-1);
Владеть:	- приемами и средствами рекламы для позиционирования туристской организации на рынке туристской индустрии (ОПК-1).

1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:

очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
				3	
Аудиторные занятия (всего)	22			22	
В том числе:					
Лекции	4			4	
Практические занятия (ПЗ)	12			12	
Семинары (С)	6			6	
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	50			50	
В том числе:					
Подготовка к теоретическим сообщениям	5			5	
Анализ специальной литературы	10			10	
Подготовка к аудиторным занятиям	10			10	
Написание реферата	5			5	
Работа с научными сайтами	5			5	
Анализ презентаций	5			5	
Подготовка к зачету	10			10	
Вид промежуточной аттестации (зачет)	зачет			зачет	
Общая трудоемкость	часы	72		72	
	зачетные единицы	2		2	

Интерактивные занятия — 12 час.