

УДК 338.48:659.127
ББК 75.81
С 89

Сулейманова Г.В.

Реклама в туризме : учебно-методическое пособие / Г.В. Сулейманова; М-во образ. и науки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т. – Казань : Изд-во КНИТУ, 2013. – 152 с.

ISBN 978-5-7882-1450-4

Изложены пути эффективности рекламной деятельности в туризме, обуславливающие необходимость формирования и развития рекламных предприятий в целях продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Изложены теоретические и практические основы рекламы в индустрии туризма, методы и особенности продвижения туристского продукта, реклама туристских дестинаций, процесс воздействия и восприятия рекламы, рекламная кампания в туризме.

Актуальность работы заключается в использовании оригинального авторского материала в предлагаемой модели потребительского поведения при покупке туристского продукта и услуг, изучении влияния рекламных стимулов на психологию потребительской мотивации поведения покупателей и методики работы над рекламным сообщением, а также в разработке имиджа туристского предприятия.

Предназначено для студентов, изучающих дисциплину «Реклама в туризме» по направлению подготовки 100.400.62 «Туризм» и обучающихся по профилю «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг».

Подготовлено на кафедре моды и технологий.

Печатается по решению редакционно-издательского совета Казанского национального исследовательского технологического университета

Рецензенты: д-р биол. наук, проф. КФУ *А.И. Зиятдинова*,
канд. географ. наук, доц. КФУ *Н.М. Биктимиров*

ISBN 978-5-7882-1450-4

© Сулейманова Г.В., 2013

© Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013

Содержание

Введение	5
Глава 1. Понятие рекламы в индустрии туризма	6
1.1. Понятие рекламы	6
1.2. История рекламы и ее современное состояние	7
1.3. Цели и общие требования к рекламе в туризме	10
1.4. Функции рекламы	12
1.5. Рекламный процесс, его принципиальная схема и участники	12
1.6. Реклама и общество	13
1.7. Классификация видов рекламы в туризме	14
1.8. Способы продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках	15
1.9. Реклама туристских дестинаций	18
1.10. Рекламные мероприятия	18
Глава 2. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Распространение рекламы в туризме	20
2.1. Психология потребительской мотивации поведения покупателей; первичные и вторичные потребительские мотивы	20
2.2. Модель потребительского поведения при покупке туристского продукта и услуг, влияние рекламных стимулов	22
2.3. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма	23
2.4. Средства распространения рекламы в туризме и их особенности	26
2.5. Выбор средств распространения рекламы	27
2.6. Техника распространения рекламных материалов	28
Глава 3. Товарный знак и фирменный стиль в туризме	29
3.1. Товарный знак и его функции в туризме	29
3.2. Виды товарных знаков	29
3.3. Законодательство о товарных знаках	30
3.4. Использование франчайзинга в туризме	31
3.5. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме	31
3.6. Имидж туристского предприятия	32

Глава 4. Рекламное обращение. Радио- и телереклама	34
4.1. Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое и художественное оформление	34
4.2. Выразительные средства рекламы. Средства и приемы рекламного стиля, речи	37
4.3. Рекламные жанры	39
4.4. Методика работы над рекламным сообщением	40
4.5. Текст печатной рекламы, требования к рекламным текстам, основные композиционные элементы рекламного текста	41
4.6. Принципы разработки и размещения рекламы	43
4.7. Принципы дизайна печатной рекламы, стили и разработка макетов, шрифтовое и художественное оформление	44
4.8. Особенности создания текстов для радио- и телевизионной рекламы. Основные инструменты для передачи радиорекламы: голос, музыка, звуковые эффекты	47
4.9. Особенности визуальной телерекламы	48
4.10. Эффективность интернет-рекламы турфирм	49
Глава 5. Рекламная кампания в туризме	51
5.1. Понятие и цели рекламных кампаний в туризме	51
5.2. Особенности организации рекламных кампаний в туризме	52
Заключение	54
Библиографический список	56
Приложения	57
<i>Приложение 1. Примеры рекламы в России</i>	58
<i>Приложение 2. Примеры рекламы в СССР</i>	59
<i>Приложение 3. Примеры рекламы туроператоров</i>	60
<i>Приложение 4. Радиальная диаграмма эффективности рекламной деятельности в туризме</i>	64
<i>Приложение 5. Темы рефератов по дисциплине «Реклама в туризме»</i>	65
<i>Приложение 6. Презентация рекламного агентства туристской фирмы и публичная защита рекламной кампании</i>	67
<i>Приложение 7. Краткий словарь терминов по рекламе в туризме</i>	68
<i>Приложение 8. Темы рабочей программы при изучении студентами дисциплины «Реклама в туризме»</i>	74
<i>Приложение 9. Федеральный закон РФ «О рекламе»</i>	76