

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ
по учебной дисциплине «Реклама туристского продукта»
для студентов 4 курса д/о специальности «География»
в 2021/2022 учебном году
(объем лекционной нагрузки –20 ч.)

1. Понятие рекламы и ее задачи в туристско-экскурсионном обслуживании
2. Функции рекламы, цели рекламы
3. Основополагающие законы и принципы рекламы
4. Классификация туристской рекламы
5. Специфические черты туристско-экскурсионной услуги как товара и их влияние на особенности рекламы
6. Процесс воздействия и восприятия рекламы
7. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение
8. Социально-психологические особенности рекламы в туризме.
9. Процесс создания рекламы
10. Структура рекламного обращения
11. Тема и девиз рекламы
12. Форма и стиль рекламного обращения
13. Методика работы над рекламным обращением
14. Цвет и иллюстрации в рекламном обращении
15. Требования к рекламным текстам
16. Рекламные средства, их классификация
17. Реклама в прессе. Характеристика и особенности
18. Печатная реклама. Характеристика и особенности
19. Аудиовизуальная реклама. Характеристика и особенности
20. Телевизионная реклама. Характеристика и особенности
21. Радиореклама. Характеристика и особенности
22. Рекламные сувениры. Характеристика и особенности
23. Почтовая реклама. Характеристика и особенности
24. Наружная реклама. Характеристика и особенности
25. Компьютеризированная реклама. Характеристика и особенности
26. Выбор средств распространения рекламы и их эффективность
27. Выставки как рекламное средство
28. Задачи выбора средств распространения рекламы
29. Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы
30. Периодичность рекламных обращений
31. Рекламная кампания. Классификация рекламных кампаний
32. Планирование рекламной деятельности туристских предприятий. Разработка рекламного бюджета
33. Информационное обеспечение рекламной деятельности
34. Понятие и цели формирования фирменного стиля, его особенности в туристско-экскурсионной сфере
35. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности
36. Экономическая эффективность рекламной деятельности

Вопросы разработаны ст. преподавателем кафедры экономической и социальной географии И.К. Трифионовой

Утверждены на заседании кафедры 25 ноября 2021 г., протокол № 4

Зав. кафедрой экономической и социальной географии,
доцент

А.П. Безрученок