

75.8
А13

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

*Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова,
И.Г. Филиппова*

РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ

У Ч Е Б Н И К



Электронно-
Библиотечная
Система
znanium.com

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ – БАКАЛАВРИАТ

серия основана в 1996 г.

Серия «Экономика и управление на предприятии туризма»

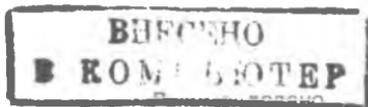


Ю.Н. АБАБКОВ
М.Ю. АБАБКОВА
И.Г. ФИЛИПОВА

РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ

УЧЕБНИК

Под редакцией профессора *Богданова Е.И.*



Учебно-методическим объединением по образованию
в области производственного менеджмента
Министерства образования и науки Российской Федерации
в качестве учебника для студентов высших
учебных заведений, обучающихся по специальности
«Экономика и управление на предприятии туризма»
и направлению 38.03.02 «Менеджмент»
(профиль «Производственный менеджмент в туризме»)

Электронно-
Библиотечная
Система
znanium.com

Москва
ИНФРА-М
2017

УДК 659.1(075/8)
ББК 75.81я73
А13

ФЗ № 436-ФЗ	Издание не подлежит маркировке в соответствии с п. 1 ч. 4 ст. 11
----------------	---

Рецензенты:

профессор Российского государственного педагогического университета им.
А.И. Герцена, д-р экон. наук *Б.И. Табачникас*;
заведующий кафедрой региональной экономики и природопользования
Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов,
проф., д-р геогр. наук *В.М. Разумовский*

Абабков Ю.Н.

А13 Реклама в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова,
И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова. — М. : ИНФРА-М, 2017. —
170 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

ISBN 978-5-16-004905-2

В учебнике рассмотрены понятие рекламы, ее роль и задачи в туризме,
рекламные средства, понятие и элементы фирменного стиля, рекламных
компаний, их планирование, структура рекламного агентства и т.д.

Учебник написан авторским коллективом ведущих преподавателей
Санкт-Петербургских высших учебных заведений, имеющих многолетний
опыт подготовки специалистов с высшим профессиональным образованием
для индустрии туризма.

Рекомендуется для использования в учебном процессе по направлению
38.03.02 «Менеджмент», а также 43.03.02 «Туризм» для подготовки бакалав-
ров и магистров (магистерские программы «Туризм: эволюция, менеджмент,
маркетинг», «Технологические системы обеспечения услуг туристической
индустрии»).

Для студентов, специалистов в области рекламы, работников рекламных
агентств и всех интересующихся данными вопросами.

УДК 659.1(075/8)

ББК 75.81я73

Н. Ф.



ISBN 978-5-16-004905-2

© Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю.,
Филиппова И.Г., 2012

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1	
ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ В ТУРИЗМЕ. РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРПРЕДПРИЯТИЯ.....	5
1.1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	5
1.2. Услуга как объект рекламы в туризме	11
1.3. Понятие рекламы, ее роль и задачи в туризме	17
1.4. Социально-психологические основы рекламы в туризме.....	24
ГЛАВА 2	
РЕКЛАМНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В ТУРИЗМЕ	34
2.1. Рекламные средства и их классификация	34
2.2. Реклама в прессе	37
2.3. Печатная реклама	40
2.4. Аудиовизуальная реклама	42
2.5. Радио- и телереклама.....	43
2.6. Выставки и ярмарки	47
2.7. Реклама в Интернете	60
2.8. Другие виды рекламных средств	64
ГЛАВА 3	
ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА.....	80
3.1. Понятие фирменного стиля. Элементы фирменного стиля	80
3.2. Бренд. Атрибуты бренда. Процедура брендинга	85
ГЛАВА 4	
ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА	97
4.1. Понятие, сущность рекламных кампаний, их классификации	97
4.2. Порядок планирования рекламной кампании.....	100
4.3. Основные принципы составления рекламных текстов	118
4.4. Художественное оформление рекламных объявлений.....	122
4.5. Пакет прикладных программ в работе рекламиста.....	124

ГЛАВА 5

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО И РЕКЛАМНЫЙ БИЗНЕС 133

- 5.1. Рекламный процесс и его основные участники 133
- 5.2. Структура рекламного агентства 137
- 5.3. Доходы рекламных агентств 141

ТЕСТЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА, ЭКЗАМЕНА, ПРОВЕРКИ

ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ 147

- ОТВЕТЫ К ТЕСТАМ ДЛЯ ЗАЧЕТА, ЭКЗАМЕНА, ПРОВЕРКИ
ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ..... 164
- СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 167