

Перелік питань для складання заліку з дисципліни «Реклама і PR-технології в туризмі»

1. Поняття реклами та PR, їх завдання в туризмі.
2. Характеристика реклами та PR-технологій, особливості їх застосування в туризмі.
3. Принципи і функції PR і реклами в туризмі.
4. Роль і місце реклами та PR-технологій в сучасному суспільстві та туристичній галузі.
5. Основні напрями PR-технологій в туризмі.
6. Організація PR-заходів в туризмі.
7. Класифікація видів і засобів реклами.
8. Сучасні засоби реклами в туризмі.
9. Засоби друкованої реклами.
10. Реклама в пресі.
11. Зовнішня реклама. Сувенірна реклама.
12. Засоби аудіо-візуальної реклами в туризмі.
13. Спонсорство як засіб реклами в туризмі.
14. Місце PR-підрозділів у структурі туристичної організації.
15. Внутрішньофірмовий PR. Фірмовий стиль і його складові елементи.
16. Вибір виду реклами в залежності від характеру рекламної або PR-кампанії.
17. Методика підготовки рекламного повідомлення для ЗМІ.
18. Цілі рекламних досліджень споживачів туристичних послуг.
19. Основні правила і закони створення рекламних звернень.
20. Формування змісту рекламного звернення.
21. Основні форми рекламного звернення.
22. Технологія розробки та створення рекламних звернень, їх періодичність.
23. Творчий підхід до художнього оформлення рекламних звернень.
24. Чинники, що впливають на розробку тактики PR-звернень.
25. Поняття прес-релізу. Реквізити, технологія написання та підготовки прес-релізу.
26. Основні засоби PR у сфері туризму.
27. Заходи PR у сфері туризму, їх підготовка та проведення.
28. Організація виставкових та ярмаркових заходів.
29. Робота персоналу туристичної організації на виставках і ярмарках.
30. Міжнародні PR-кампанії у сфері туризму.
31. Планування рекламної кампанії в туризмі.
32. Особливості організації рекламної кампанії в туризмі.
33. Взаємозв'язок маркетингової та рекламної стратегії туристичної організації.
34. Класифікація рекламних кампаній.
35. Розробка рекламного бюджету. Рішення, які приймають при розробці рекламного бюджету.

36. Робота з цільовою аудиторією в туристичному бізнесі.
37. Персональне і опосередковане інформування про захід, використання ЗМІ, зовнішньої реклами, Інтернету та інших засобів масової комунікації.
38. Сфери застосування PR-технологій в туризмі.
39. PR в мережі Internet: блогосфера, соціальні мережі, традиційні сайти.
40. PR в надзвичайних ситуаціях. PR в конфліктах.
41. Поняття, рівні та види контролю рекламної діяльності.
42. Регулювання рекламної діяльності з боку споживачів, громадськості, держави.
43. Основні методи оцінки ефективності реклами в туризмі.
44. Економічна і психологічна ефективність застосування засобів реклами і PR в туризмі.
45. Методи вимірювання ефективності PR-програм та PR-діяльності в туризмі.