

## СЪДЪРЖАНИЕ

### Първа глава

Същност и характер на туристическата реклама. Видове реклама.

1. Поява и същност на рекламата
2. Необходимост от туристическа реклама
3. Мотиви на рекламата
4. Цели, задачи и принципи на туристическата реклама

### Втора глава

Директна реклама на туристическите дестинации с помощта на графични рекламни издания.

1. Същност на директната реклама. Предимства и комуникация при адресната реклама
2. Печатни рекламни издания

### Трета глава

Реклама и директни продажби чрез Компютърни Резервационни Системи

### Четвърта глава

Интернет - нова перспектива в директния маркетинг на туризма

### Заклучение

Ползвана литература

## ПЪРВА ГЛАВА

Същност и характер на туристическата реклама. Видове реклама

1. Поява и същност на рекламата

Рекламата като явление води началото си от дълбока древност.

При разкопките на древния град Мемфис била намерена рекламна табелка с надпис: "Тук живея аз, Ринос от Кипър. По милост на боговете съм надарен със способността безпогрешно да тълкувам всякакви сънища".

С развитието на производителните сили и усъвършенствването на производствените отношения се изменят и средствата на стоковата реклама. След втората половина на XVII век във вестниците започнали да публикуват обявления с рекламен характер. По-нататък рекламата се превръща във важна функция на капиталистическото предприятие и при това не се смята, че е по-маловажна функция, тя отразява в себе си и останалите функции, използвайки различни средства за въздействие на пазара - плакати, проспекти, брошури и др. Целта, която преследва, е реализиране на повече печалба и натрупване на капитал.

Туризмът като масово явление възниква през първата половина на миналия век. Обект на туристическото потребление са преди всичко услугите, а след това стоките.

Съществуването на много туристически места, тяхното географско разположение, забележителностите и предлагането им остават неизвестни, ако те сами не се изявят къде се намират и с какви ценности разполагат. Засега главно чрез рекламата туристическите места и предлаганите услуги и стоки стават достояние на милионите активни и потенциални туристи. Рекламодателите в туризма са улеснени в развитието на рекламно-пропагандната дейност, защото разчитат на опита преди всичко на специалистите от търговията. В търговията и туризма, както знаем се използват почти еднакви по форма рекламно пропагандни средства. В туризма най-голямо относително тегло заемат брошурите, етикетите и др., докато в търговията обявленията се нареждат на първо място.

Средствата на рекламата упражняват непринудително въздействие върху волята на хората, които са обект на нейната дейност. Като си служи с изразни емоционално-художествени и рационално-разясняващи средства, рекламата информира потребителя, като го запознава със съдържанието

на туристическото предлагане, но той сам, свободно, по своя воля решава как да действа.

...

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU. -----**

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**