

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования  
«Колледж Волжского университета имени В.Н. Татищева»

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор

АНО СПО «Колледж ВУиТ»

 И.А. Поленова

29 августа 2018 г.



Рабочая программа дисциплины

**«РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО»**

по специальности

43.02.11 Гостиничный сервис

квалификация выпускника – менеджер

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** дисциплина входит в профессиональный цикл, как общепрофессиональная дисциплина.

**1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

Уметь:	<ul style="list-style-type: none"><li>- проводить анализ рекламных текстов;</li><li>- проводить оценку рекламных обращений;</li><li>- разрабатывать план рекламной кампании;</li><li>- составлять рекламные тексты и анализировать их на соответствие требованиям к рекламе;</li><li>- проводить рекламу торговых знаков и марок.</li></ul>
Знать:	<ul style="list-style-type: none"><li>- разновидности рекламы, средства и носители рекламы, правила рекламы;</li><li>- понятие, цели и функции маркетинга, понятие сегментирования рынка;</li><li>- принципы добросовестной рекламы, правила эффективной рекламы;</li><li>- понятие и значение ФОСТИСС;</li><li>- критерии выбора каналов распространения рекламы;</li><li>- понятие предпринимательства и предпринимательской деятельности;</li><li>- этапы разработки рекламной пропаганды;</li><li>- понятие товарных знаков;</li><li>- понятие франчайзинга.</li></ul>

В процессе изучения дисциплины у обучающихся формируются компетенции, включающие в себя способность:

ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

## 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 90 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 54 часа;
- самостоятельной работы обучающегося - 36 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Количество часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>90</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>54</b>
в том числе:	
практические занятия	18
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>36</b>
<i>Итоговая аттестация в форме контрольной работы</i>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Рекламное дело»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
Тема 1	<b>Понятие и сущность рекламы</b>	2
	Содержание учебного материала	
	Понятие рекламы, ее происхождение. Определение рекламы. Разновидности рекламы: товарная, институциональная, пропагандистская, конкурентная, сравнительная, общенациональная, региональная. Торговая эффективность рекламной деятельности.	6
Тема 2	<b>Управление маркетингом как основа для эффективной рекламы</b>	
	Содержание учебного материала	
	Сущность и понятие дисциплины маркетинг. Управление маркетингом и его составляющие. Средства маркетинга. Цели и функции маркетинга. Рынок продавца и рынок покупателя. Изучение спроса как основной фактор успеха в маркетинговой деятельности. Классификация продукции в зависимости от уровня качества: продукция высшего качества, конкурентоспособная продукция, продукция с пониженным уровнем качества, продукция с низким уровнем качества. Виды конкурентных преимуществ: более низкие издержки, дифференциация, фокусирование. Понятие сегментирования рынка, назначение сегментирования. Форма охвата рынка и их характеристика.	6
	<i>Практические занятия:</i> 1. Сегментирование рынка товаров и услуг по различным признакам. 2. Классификация товаров в зависимости от уровня качества.	4
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> выполнение домашних заданий по разделу, работа с конспектом и литературой. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: на основе СМИ подготовить сообщения о рекламе в сфере гостиничного бизнеса.	8
Тема 3	<b>Принципы эффективной рекламы</b>	
	Содержание учебного материала	
	Роль рекламы в сохранении и упрочении позиций фирмы на рынке. Разновидности рекламы: товарная, институциональная, пропагандистская, конкурентная, сравнительная, общенациональная, региональная, местная, характеристика. Важнейшие принципы добросовестной рекламы согласно «Международным правилам проведения рекламы». Эффективность рекламных акций. Специальный план рекламных мероприятий и его содержание. Правонарушения в рекламе. Связи с общественностью, основная цель паблик-релейшнз. Способы обеспечения конкурентоспособности: лидерство по минимуму затрат, технические характеристики продукции, надежность изделия, прочность изделия, скорость доставки, индивидуализация изделий по требованиям заказчика, своевременное внедрение продукции на рынок, гибкое планирование объема производства в	6

	соответствии со спросом.	
	<i>Практические занятия:</i> 1. Изучение закона РФ «О рекламе».	4
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> провести анализ трех рекламных объявлений на соответствие требованиям к рекламе.	8
<b>Тема 4</b>	<b>Реклама и формирование спроса и стимулирование сбыта и продажи</b>	
	Содержание учебного материала	
	Формирование спроса и стимулирование сбыта и его место в производственно-сбытовой сфере современного маркетинга. Формирование мероприятий ФОС. Маркетинговая классификация товаров: товары индивидуального потребления и товары производственного назначения. Товарная реклама, понятие и сущность. Используемые каналы связи с покупателями: личные контакты, прямая почтовая рассылка, пресса, аудиовизуальные средства, внешняя реклама, реклама на транспорте. Критерии выбора каналов распространения рекламных посланий: охват, доступность, стоимость и другие. Особенности рекламной кампании методом директ-мэйл. Престижная реклама, понятие и сущность. Способы осуществления престижной рекламы. Основные критерии престижа, способствующие росту репутации компании. Международный кодекс рекламной практики.	6
	<i>Практические занятия:</i> 1. Оценка рекламных обращений. 2. Разработка рекламной кампании и продвижение товара для коммерческого предприятия. 3. Разработка программы по стимулированию сбыта. 4. Разработка рекламной кампании гостиницы и туристической фирмы.	4
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> выполнение конспекта по теме: «Институциональная реклама и ее применение».	8
<b>Тема 5</b>	<b>Предпринимательство и рекламный бизнес</b>	
	Содержание учебного материала	
	Сущность предпринимательства и предпринимательской деятельности. Содержание и виды предпринимательской деятельности. Рекламный бизнес. Подходы фирм к организации рекламы. Как работает рекламное агентство. Возможные цели рекламы. Информативная, увещательная, сравнительная, напоминающая, подкрепляющая реклама. Процесс разработки рекламной программы: постановка задач, решения о разработке бюджета, решения о рекламном обращении, оценка рекламной программы. Правила рекламы. Основные правила, идеи, рекомендации, ограничения. основополагающие принципы. Типология рекламы на российском рынке.	6
	<i>Практические занятия:</i> 1. Составление рекламных текстов. 2. Разработка сценария рекламного ролика. 3. Разработка макетов рекламных щитов.	4

	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> выполнение конспекта по теме: «Антиреклама, понятие и сущность».	6
<b>Тема 6</b>	<b>Реклама торговых знаков и марок</b>	
	Содержание учебного материала	
	Понятие товарного знака, марки. Маркетинг фабричных марок. Марки с мировой известностью. Понятие франчайзинга. Франчайзинговое соглашение. Средства связи как инструмент рекламы. Связи с общественностью. Правонарушения в области рекламы.	6
	<i>Практические занятия:</i> 1. Разработка программы формирования спроса и стимулирования сбыта. 2. Разработка товарных знаков.	2
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> написание реферата на тему: «Совершенствование сервисного обслуживания и реклама в сфере туристического бизнеса».	6
	<b>Всего:</b>	<b>90</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета организации продаж гостиничного продукта.

##### **Оборудование учебного кабинета:**

Рабочее место преподавателя: стол, стул мягкий, персональный компьютер, кафедра; 15 двухместные ученические столы и стулья на 40 посадочных мест, учебная доска, персональные компьютеры 12 шт.

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **3.2.1. Основные источники:**

1. Н.С. Морозова Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для ВУЗов. – М.: Академия, 2003. – 333с.
2. Э.А. Уткин, А.И. Кочеткова Рекламное дело. М.Э. 2012 г.
3. Э.Е. Старобинский Самоучитель по рекламе. М.Э. 2011 г.
4. Э.А. Попов Продвижение товаров и услуг. М.Ф. 2012 г.
5. И.С. Петренко Реклама плюс, реклама минус. 2012 г.
6. В.С. Андреева Технология бизнес-маркетинга. Феникс, 2011 г.

##### **3.2.2. Дополнительная литература:**

1. Карпова С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для СПО/С.В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 431 с.
2. Д. Огилви О рекламе. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 304 с.
3. Иванов А.П. Бесплатная реклама. Результат без бюджета. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 248 с.

**3.2.3. При проведении занятий по дисциплине используются следующие программные продукты:**

1. ОС Windows (для академических организаций, лицензия Microsoft Imagine (ранее MSDN AA, DreamSpark));
2. Интернет-браузеры: Google Chrome (свободное ПО), Internet Explorer 8 (свободное ПО);
3. Пакет Microsoft Office 2007 (лицензионное ПО), Open Office (свободное ПО);
4. Справочно-поисковые системы (КонсультантПлюс и/или Гарант);
5. Доступ к электронным изданиям ЭБС ЮРАЙТ ([www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)).



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
<b>Умения:</b>	
проводить анализ рекламных текстов;	самостоятельная работа;
проводить оценку рекламных обращений;	самостоятельная работа;
разрабатывать план рекламной кампании;	практические задания; самостоятельная работа;
составлять рекламные тексты и анализировать их на соответствие требованиям к рекламе;	практические задания; самостоятельная работа;
проводить рекламу торговых знаков и марок.	практические задания; самостоятельная работа.
<b>Знания:</b>	
разновидности рекламы, средства и носители рекламы, правила рекламы;	защита докладов (рефератов);
понятие, цели и функции маркетинга, понятие сегментирования рынка;	практические задания; защита докладов (рефератов);
принципы добросовестной рекламы, правила эффективной рекламы;	практические задания; защита докладов (рефератов);
понятие и значение ФОСТИСС;	защита докладов (рефератов); практические задания;
критерии выбора каналов распространения рекламы;	практические задания; защита докладов (рефератов);
понятие предпринимательства и предпринимательской деятельности;	практические задания; защита докладов (рефератов);
этапы разработки рекламной пропаганды;	практические задания; защита докладов (рефератов);
понятие товарных знаков;	практические задания; защита докладов (рефератов)
понятие франчайзинга.	практические задания; защита докладов (рефератов)