

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



УТВЕРЖДАЮ

Директор

О.В. Лашук /О.В. Лашук/

16 февраля 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.12 РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО

цикла профессиональной подготовки цикла
основной профессиональной образовательной программы по специальности

43.02.14 Гостиничное дело

ОДОБРЕНА
Педагогическим Советом
Протокол №4 от 16 февраля 2021г.
Председатель Педагогического Совета

 О.В. Лашук /

Составитель: Елисеева Ирина Владимировна, преподаватель АНО СПО «Колледж ВУиТ».

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ от 09 декабря 2016 г. № 1552.

СОДЕРЖАНИЕ

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12 РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины (далее программа УД) - является частью основной профессиональной образовательной программы АНО СПО «Колледж ВУиТ» по специальности СПО 43.02.14 Гостиничное дело.

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Рабочая программа входит в вариативную часть профессионального цикла.

1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

Вариативная часть

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен уметь:**

- определить место рекламы в системе гостиничного дела;
- организовать и проводить исследование для рекламной деятельности;
- заполнять креативный бриф;
- разрабатывать рекламные сообщения (содержание, форма, структура), создавать рекламные материалы с учетом специфики рынка и отраслевого сегмента деятельности компании;

- организовывать и проводить рекламную кампанию.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен знать:**

- основные виды исследований в рекламной деятельности;
- творческую сторону рекламной деятельности;
- типы рекламных агентств.

В процессе освоения дисциплины у студентов должны формироваться общие компетенции (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

Содержание дисциплины должно быть ориентировано на подготовку студентов к освоению профессиональных модулей ОПОП по специальности 43.02.14 Гостиничное дело и овладению профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Планировать потребности службы приема и размещения в материальных ресурсах и персонале.

ПК 2.1. Планировать потребности службы питания в материальных ресурсах и персонале.

ПК 3.1. Планировать потребности службы обслуживания и эксплуатации

номерного фонда в материальных ресурсах и персонале.

ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки студента - 38 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки студента – 34 часа;

- самостоятельной работы – 4 часа.

В том числе **вариативной части** учебных циклов ППСЗ – **38 часов**.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной деятельности	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	38
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	34
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	17
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	-
самостоятельная работа студента (всего)	4
Промежуточная аттестация в форме <i>дифференцированного зачета</i>	-

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ РЕКЛАМЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА			
Тема 1.1 История возникновения рекламы	История возникновения российской рекламы. История возникновения международной рекламы.	2	1
	<i>Практические занятия:</i> 1. Составление схемы связей между понятиями: метод, методика и методология. 2. Составление схемы экскурсионного процесса и целей экскурсии.	2	2,3
Тема 1.2. Понятие рекламы и её место в системе гностичного дела	Понятие, сущность и основные черты рекламы	2	1
	<i>Практические занятия:</i> Методологические подходы к разъяснению сущности понятия «реклама». Организация рекламной деятельности. Реклама и общественное мнение. Фирменный стиль в рекламе: товарные знаки, логотип – элементы фирменного блока.	4	2,3
РАЗДЕЛ 2. ВИДЫ И СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ			
Тема 2.1. Виды рекламы	Классификация видов рекламы. Отдельные виды рекламы.	2	1
	<i>Практические занятия:</i> Реклама от имени производителя Реклама от имени производителя	4	2, 3
Тема 2.2. Средства распространения рекламы	Общие понятия о средствах распространения рекламы. Характеристика основных средств распространения рекламы. Особенности использования public relations	2	1
РАЗДЕЛ 3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ			
Тема 3.1. Психология потребительского воздействия рекламы	Взаимодействие рекламы и психологии. Мотивы потребительского поведения	2	1
Тема 3.2. Суггестия в рекламной практике	Понятие суггестии. Создание фирменного стиля	2	1
Тема 3.3. Психология цвета и формы	Психология цвета. Психология формы	2	1

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
в рекламе			
РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ			
Тема 4.1. Организация деятельности рекламных служб	Современные тенденции деятельности рекламных агентств. Специфика управления рекламной деятельностью. Деятельность рекламных агентств в Интернете	2	1
	Практические занятия: Проектная документация (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт). Основные рекламные фестивали и конкурсы профессионального мастерства.	2	2,3
Тема 4.2. Планирование рекламной кампании	Программа планирования рекламы. Методы и способы оценки эффективности рекламы. Особенности оценки эффективности российской рекламы	1	1
	Практические занятия: Основные методы размещения наружной рекламы, наиболее эффективные форматы. Электронная реклама. Транзитная реклама. Реклама на наземном транспорте	5	2,3
Самостоятельная работа Анализ законодательной базы. Закон РФ «О средствах массовой информации». Пути развития стимулирования продаж. Концепции ведения маркетинговой деятельности. Носители рекламных сообщений. Особенности рекламирования на телевидении. Газета как рекламный носитель. Специфика рекламы на радио. Имиджевая реклама. Структура рекламной индустрии. Реклама в социально-культурном контексте потребления. Рекламный текст и эмоции человека.		4	3
ВСЕГО:		Л-17 ПЗ-17 СР-4 38	

Для характеристики уровня освоения материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств)
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета предпринимательской деятельности в сфере гостиничного бизнеса.

Перечень основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения:

- офисная мебель на 24 мест, демонстрационное оборудование: экран – 1 шт., проектор – 1 шт., ПК – 1шт., ученическая доска;
- WindowsXP, OpenOffice, 7-zip, Microsoft Word Viewer, Microsoft Excel Viewer, Microsoft PowerPoint Viewer.

3.2. Информационное обеспечение

Информационное обеспечение обучения содержит перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477847>

2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456737>

Дополнительные источники

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045>

2. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448838>

3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466183>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате освоения дисциплины студент должен уметь:	
<ul style="list-style-type: none"> - определить место рекламы в системе гостиничного дела; - организовать и проводить исследование для рекламной деятельности; - заполнять креативный бриф; - разрабатывать рекламные сообщения (содержание, форма, структура), создавать рекламные материалы с учетом специфики рынка и отраслевого сегмента деятельности компании; - организовывать и проводить рекламную кампанию. 	<ul style="list-style-type: none"> Оценка результатов выполнения практической работы Оценка результатов устного и письменного опроса Оценка результатов промежуточной аттестации
В результате освоения дисциплины студент должен знать:	
<ul style="list-style-type: none"> – основные виды исследований в рекламной деятельности; – творческую сторону рекламной деятельности; – типы рекламных агентств. 	<ul style="list-style-type: none"> Оценка результатов выполнения практической работы Оценка результатов устного и письменного опроса