Департамент образования ивановской области

ОГБПОУ «Плесский колледж бизнеса и туризма»

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

# ДИСЦИПЛИНЫ

# ОП.11 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ: 38.02.04.КОММЕРЦИЯ (по отраслям)

с. Северцево

# 2015 год

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального Государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее СПО)

38.02.04 «Коммерция»

**Организация разработчик**: ОГБПОУ «Плесский колледж бизнеса и туризма»

**Разработчик:** Феофанова М.Ю.

Одобрена цикловой методической комиссией социально - экономических дисциплин, протокол №\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_

# СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

стр. 4

1. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 5
2. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ 9

ДИСЦИПЛИНЫ

1. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ 10

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная деятельность

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламная деятельность» является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

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

**Учебная дисциплина** ОП. 11 «Рекламная деятельность» **относится к группе общепрофессиональных дисциплин, устанавливающих базовые знания для получения профессиональных умений и навыков.**

1. Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

-составлять рекламные сообщения;

-выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности;

-организовывать рекламные акции;

-оценивать их эффективность;

-применять действующее законодательство в профессиональной деятельности.

- создавать рекламные брошюры;

-создавать рекламные буклеты;

- создавать и презентовать готовый рекламный видеопродукт

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

сущность и характерные черты современного менеджмента;

-цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения;

-правовое регулирование рекламной деятельности;

-рекламный процесс;

-виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний;

-оценку их эффективности

Менеджер по продажам должен обладать общими компетенциями, включающими 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 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.

Менеджер по продажам должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 60 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 40 часов; самостоятельной работы обучающегося 20 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Объем часов |
| Максимальная учебная нагрузка (всего) | 60 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) | 40 |
| в том числе: |  |
| практические занятия | 24 |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего) | 20 |
| в том числе: |  |
| внеаудиторная самостоятельная работа | 20 |
| Промежуточная аттестация по текущей успеваемости | |

**2.2.Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.11 Реклама и рекламная деятельность**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем учебной дисциплины** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **1** | **2** | | **3** | **4** |
| **Тема 1.** Тема 1. Предмет и содержание дисциплины. Сущность и значение рекламной деятельности. | **Содержание учебного материала** | | **6**  2 |  |
| 1 | Цели и задачи рекламной деятельности. История рекламы и особенности  современного рынка рекламы. | 1,2,3 |
| **Практические занятия** | | 2 |  |
| 1 | Реклама: понятие, назначение, функции, классификация, сфера применения. |
| **Самостоятельная работа студентов** | | 2 |
| 1 | Подготовить реферат : «Цели, задачи рекламной деятельности современного  предприятия» (рассматривается конкретная фирма). |
| **Тема 2.**  Классификация видов, средств и форм рекламной деятельности. | **Содержание учебного материала** | | **14**  2 |
| 1 | Классификация средств рекламы. Печатные средства массовой информации. | 2,3 |
| 2 | Электронные средства массовой информации. | 22 |  |
| **Практические занятия** | |  |  |
| 1 | Создание рекламной брошюры | 22 |
| 2 | Создание рекламного буклета | 2 |
| 3 | Создание видеорекламы. Презентация готового продукта | 2 |
| **Самостоятельная работа студентов** | | 4 |
| 1 | Подготовить презентации  Рекламные средства будущего;  Тенденции развития рекламной отрасли и технологий |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тема 3.** Правовое регулирование рекламной деятельности в России.  Планирование рекламной кампании. | **Содержание учебного материала** | | | | **10**  2 | |  | |
| 1 | | | Субъекты рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламной  деятельности. Требования к рекламе. | 2,3 | |
| **Практические занятия** | | | | 2  2 | |  | |
| 1 | | | Изучение Федерального закона «О рекламе». |
| 2 | | | Изучение и применение основных положений Федерального закона  «О рекламе». |
| **Самостоятельная работа студентов** | | | | 4 | |
| 1 | | | Подготовить доклады  Уровни регулирования рекламы в России;  Ненадлежащая реклама;  Защита несовершеннолетних в рекламе. |
| **Тема 4.**  Организация рекламной деятельности. | **Содержание учебного материала** | | | | **14**  2 | |
| 1 | | | Планирование рекламных кампаний. | 2,3 | |
|  | 2 | | Оценка эффективности рекламы. | | | 2 | | 2,3 |
| **Практические занятия** | | | | |  | |  |
| 1 | Составление плана рекламных кампаний. | | | | 2 | |  |
| 2 | Интерьер магазина как средство рекламы. | | | | 2 | |
| 3 | Разработка эскиза оформления внутримагазинной витрины | | | | 2 | |
| **Самостоятельная работа студентов** | | | | | 4 | |
| 1 | Рекламная кампания | | | |
| **Тема 5.**  Контроль рекламной деятельности. | **Содержание учебного материала** | | | | **8**  2 | |  | |
| 1 | | | Контроль рекламной деятельности. Понятие, уровни и виды рекламной деятельности | 2,3 | |
| **Практические занятия** | | | | |  | |
| 1 | Проблема обеспечения эффекта рекламы | | | | 2 | |
| **Самостоятельная работа студентов** | | | | | 4 | |
|  | Специфические цели контроля рекламной деятельности | | | | |  | |
| **Тема 6.**  Эффективность рекламной деятельности | **Содержание учебного материала** | | | | **8**  2 | |  | |
| 1 | | | Эффективность рекламной деятельности. Экономический эффект рекламы | 2,3 | |
| **Практические занятия** | | | | |  | |
| 1 | Экономический эффект рекламы продовольственных товаров | | | | 2 | |
| 2 | Экономический эффект рекламы непродовольственных товаров | | | | 2 | |
| **Самостоятельная работа студентов** | | | | | 2 | |
|  | Терминология. Эффективность рекламной продукции | | | | |  | |

Для характеристики уровня освоения учебного 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).

# УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.11 РЕКЛАМА И РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

* 1. **. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению** Реализация программы дисциплины не требует наличия учебного кабинета. Оборудование учебного процесса:
     + посадочные места по количеству обучающихся
     + рабочее место преподавателя
     + учебно-методический комплекс по дисциплине Технические средства обучения:
     + персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением
     + мультимедиа проектор
     + экран
     + аудиторная доска
     + принтер лазерный

# . Информационное обеспечение обучения

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

**Основные источники:**

1. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы. М.:ЮПИТИ-ДАНА, 2012. ISBN 5-16- 001252-4
2. Гольман И.А. Рекламная деятельность: планирование. Технологии. Организация. - М.:

«Гелла-Принт», 2013.ISBN 978-5-488-01220-2

# Дополнительные источники:

1.Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы: Учебник М: Издат.-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. ISBN 978-5-91213-001-4

1. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы.: Учебник. – М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2012 ISBN 978-5-699-19502-2

3. Федеральный Закон «О рекламе»

**Интернет-ресурсы:** 1.<http://exsolver.narod.ru/Books/Management/ad_man/index.html> 2.<http://www.aup.ru/books/m99/7.htm>

1. <http://www.webstarstudio.com/marketing/res/kommunik.htm> 4.<http://www.bestreferat.ru/>

# КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.11 РЕКЛАМА И РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Результаты освоения (освоенные умения,**  **усвоенные знания)** | **Формы и методы контроля и оценки**  **результатов обучения** |
| 1 | 2 |
| **Умения:** |  |
| -составлять рекламные сообщения;  -выбирать носители рекламы с учетом  финансовых возможностей организации и целесообразности;  -организовывать рекламные акции;  -оценивать их эффективность;  -применять действующее законодательство в профессиональной деятельности. | текущий контроль в форме: индивидуальный опрос, фронтальный опрос; практические занятия; тематические рефераты; индивидуальные задания; тестирование;  дифференцированный зачет. |
| **Знания:** |  |
| -цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения;  -правовое регулирование рекламной деятельности;  -рекламный процесс;  -виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний;  -оценку их эффективности. | текущий контроль в форме: индивидуальный опрос, фронтальный опрос; практические занятия; тематические рефераты; индивидуальные задания; тестирование;  дифференцированный зачет. |