



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ
ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ
Учебно-методическая документация

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

ОП.05 РЕКЛАМА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность:
43.02.10 Туризм

Квалификация выпускника: специалист по туризму
(углубленная подготовка)

Разработчик:

Данилова Е.А., к.э.н., доцент

ФИО, ученая степень, звание, должность

Методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся одобрены предметной (цикловой) комиссией профессиональных дисциплин (гуманитарное направление), протокол №1 от 20.09.2017

Председатель предметной (цикловой) комиссии  / Соколова С.Н.

Содержание

Пояснительная записка.....	4
Текущий контроль успеваемости.....	5
Итоговая аттестация.....	7
Критерии оценки.....	9
Информационное обеспечение обучения.....	10
Лист регистрации изменений.....	11

Пояснительная записка

Методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся, являющиеся составной частью учебно-методического комплекса по учебной дисциплине ОП.05 «Реклама в профессиональной деятельности» составлены в соответствии с:

1 Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 43.02.10 Туризм;

2 Рабочей программой учебной дисциплины;

3 Положением об оценке качества освоения обучающимися основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования в колледжах НовГУ.

Методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся охватывают весь объем содержания учебной дисциплины, включают в себя все виды планируемых аттестационных мероприятий с указанием формы проведения, перечня вопросов, критериев оценки.

Оценка качества подготовки обучающегося **проводится с целью** выявления уровня знаний, умений обучающегося.

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

- оценивать рынки сбыта, клиентов, конкурентов в туристской деятельности;
- определять и правильно применять средства распространения рекламы в туризме;
- разрабатывать и реализовывать новые товары и услуги;
- владеть специальной терминологией, необходимой для анализа деятельности предприятий туристской индустрии;

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

- средства распространения рекламы в туризме;
- основные типы товарных знаков;
- рекламные кампании в туризме;
- формы рекламного обращения в туризме;
- общие характеристики правового регулирования рекламы в туризме.

Оценка качества подготовки обучающихся по учебной дисциплине предусматривает следующие аттестационные мероприятия: текущий контроль успеваемости и итоговую аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится по темам, разделам рабочей программы учебной дисциплины.

Итоговая аттестация по дисциплине в соответствии с учебным планом проводится в 6 семестре в форме дифференцированного зачёта.

Текущий контроль успеваемости Текущий контроль успеваемости

Раздел, тема (из рабочей программы)	Формы и методы контроля
Тема 1 Понятие, сущность и задачи рекламы	Форма– индивидуальная Методы: проверка выполнения СРС Текущий контроль – устный фронтальный опрос на теоретическом занятии..
Тема 2 Роль психических процессов в формировании рекламных образов. Психология мотивации в рекламе	Форма– индивидуальная Методы: проверка выполнения СРС Текущий контроль – устный фронтальный опрос на теоретическом занятии.
Тема 3 Суггестивные психотехнологии в рекламе	Форма– индивидуальная Методы: проверка выполнения СРС Текущий контроль – устный фронтальный опрос на теоретическом занятии
Тема 4 Рекламные средства, их классификация и применение	Форма– индивидуальная Методы: проверка выполнения практических заданий и СРС Текущий контроль – устный фронтальный опрос на теоретическом занятии
Тема 5 Основы разработки рекламных объявлений и текстов	Форма– индивидуальная Методы: проверка выполнения практических заданий и СРС Текущий контроль – устный фронтальный опрос на теоретическом занятии
Тема 6 Правовое регулирование рекламной деятельности	Форма– индивидуальная Методы: проверка выполнения СРС Текущий контроль – устный фронтальный опрос на теоретическом занятии фронтальный опрос на теоретическом занятии
Тема 7 Планирование и организация рекламных компаний	Форма– индивидуальная Методы: проверка выполнения СРС Текущий контроль – устный фронтальный опрос на теоретическом занятии
Тема 8 Эффективность рекламной деятельности	Форма– индивидуальная Методы: проверка выполнения практических заданий и СРС Текущий контроль – устный фронтальный опрос на теоретическом занятии

Итоговая аттестация

Форма итоговой аттестации: дифференцированный зачет

1. Понятие рекламы.
2. Цели и функции рекламы.
3. Виды рекламы.
4. Реклама в государствах древнего мира.
5. Развитие рекламы в Западной Европе и США.
6. Развитие рекламного бизнеса в России.
7. Реклама в прессе.
8. Печатная реклама.
9. Радио- и телереклама.
10. Выставки и ярмарки.
11. Рекламные сувениры.
12. Прямая почтовая реклама.
13. Наружная реклама.
14. Реклама в Интернет
15. Когнитивные аспекты рекламного воздействия
16. Эмоциональный аспект рекламного воздействия
17. Поведенческий компонент рекламного воздействия
18. Психология творчества в рекламе
19. Структура потребностей и мотивы с позиций рекламного дела
20. Анализ мотивов и его использование в рекламе
21. Психологические ориентированные подходы
22. Гипнотический подход
23. Техники эриксоновского гипноза в рекламе
24. Подход нейрорелигиозного программирования
25. Основные принципы составления рекламных текстов.
26. Художественное оформление рекламных объявлений.
27. Роль закона “О рекламе” в организации и управлении коммерческой деятельностью.
28. Ответственность участников рекламного процесса за нарушение законодательства о рекламе.
29. Международный кодекс рекламной практики.
30. Организация и планирование рекламных компаний.
31. Определение эффективности рекламы:
 - Экономической;
 - Психологической.

Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Антипов К. В. Основы рекламы: учебник/ К. В. Антипов. -3 –е изд. – М.: Дашков и К, 2015. -328 с.. проф. образования/ Д. Г. Гребенюк. – М.: Академия, 2016. – 288 с.
2. Гребенюк Д. Г. Технология продаж и продвижения турпродукта: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования/ Д. Г. Гребенюк. – М.: Академия, 2016. – 288 с.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. – 9-е изд.- М.: Дашков и К, 2016. -448 с.

Дополнительные источники:

1. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. –М.: Дашков и К, 2011. – 72 с.
2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме [Текст]: учебное пособие / А. П. Дурович. - М. : ИНФРА-М, 2010.
3. Исмаева Л.К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации: Теория и практика деятельности туристских фирм: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Донат Каримуллович Исмаев. – 20-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
4. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма: учеб.пособие / Е.Н. Кнышова – М.: ИД «ФО-РУМ»: ИНФРА-М, 2010.
5. Карпова С.В., Фирсова И.А. Основы маркетинга. - Ростов-н/Д, Феникс, 2011. – 286 с.
6. Прошкина Т.П. Маркетинг. – Ростов-н/Д: Феникс, 2010. – 314 с.
7. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности/ Под ред. Ю.В.Морозова, В.Т.Гришиной. – М.: Дашков и К, 2010. – 448 с.
8. Черевичко Т. В. Экономика туризма: учебное пособие / Т. В. Черевичко. – 2-е изд.- М.: Дашков и К, 2016. – 262
9. Прошкина Т.П. Маркетинг. – Ростов-н/Д: Феникс, 2010. – 314 с.
10. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. –М.: Дашков и К, 2011. – 72 с.
11. Карпова С.В., Фирсова И.А. Основы маркетинга. - Ростов-н/Д, Феникс, 2011. – 286 с.
12. Бутко И.И. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / И.И. Бутко, В.А. Ситников, Е.А. Ситников; под ред. к.т.н. доцента И.И. Бутко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о»; Наука-Спектр, 2010.

Интернет – ресурсы

www.reklamodatel.ru
www.park.ru;
www.btl
magazine.ru;
www.kak.ru;
Sostav.ru;
AllAdvertising.ru;
www.advi.ru

advertising.utexas.edu/world;

www.ogilvy.com

www.adage.com

Перечень методических указаний, разработанных преподавателем

1. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов
2. Методические рекомендации по практическим занятиям .

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Номер изме- нения	Номер листа				Всего лис- тов в доку- менте	ФИО и подпись ответст- венного за внесение изме- нения	Дата внесе- ния измене- ния	Дата введения изменения
	измененного	замененного	нового	изъятого				