

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа

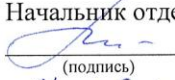

(подпись) Л.Н. Мозуль
«31» августа 2020 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.05 РЕКЛАМА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Специальность
43.02.10 Туризм

Квалификация выпускника: специалист по туризму
(базовая подготовка)

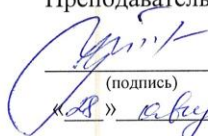
Согласовано:

Начальник отдела СПО

(подпись) Г.М. Шульц
«31» августа 2020 г.

Заместитель директора по УМ и ВР

(подпись) А.П. Капустина
«31» августа 2020 г.

Разработчик:

Преподаватель ГЭК НовГУ

(подпись) О.Н. Ефимов
«28» августа 2020 г.

Рассмотрена:

Предметной (цикловой) комиссией
профессионального цикла

Протокол № 1
от «31» августа 2020 г.

Председатель предметной
(цикловой) комиссии


(подпись)

Э.В. Чупина
(Ф.И.О.)

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования 43.02.10
Туризм

приказ Министерства образования и
науки РФ от «07» мая 2014 г. № 474

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
1.1. Область применения рабочей программы.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.3. Цель и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины.....	4
1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины.....	4
 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	 4
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	4
2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	5
 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	 8
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.....	8
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	8
 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	 9
 5. ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ	 11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама в профессиональной деятельности

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10. Туризм.

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина «Реклама в профессиональной деятельности» является общепрофессиональной и относится к профессиональному циклу как вариативная дисциплина.

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

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.

1.4 Перечень формируемых компетенций:

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 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 52 часа, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка 34 часа,
- самостоятельная работа обучающегося 18 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)	52
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	34
в том числе:	
лекции	22
практические занятия	12
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	18
<i>Итоговая аттестация в форме зачета, 4 семестр</i>	

2.2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Организация и технология рекламной деятельности»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Тема 1 Понятие, сущность и задачи рекламы	Содержание учебного материала Введение. Понятие рекламы. Цели рекламы, ее функции.	1	1,2
	Виды рекламы	1	
	Реклама в государствах Древнего мира. Развитие рекламы в Западной Европе, США, России.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №1. Ответить на контрольные вопросы по теме.	2	
Тема 2 Роль психических процессов в формировании рекламных образов. Психология мотивации в рекламе	Содержание учебного материала Факторы, влияющие на восприятие рекламной информации: когнитивные, эмоциональные, поведенческие аспекты рекламного воздействия.	1	1,2
	Структура потребностей и мотивы с позиции рекламного дела. Анализ мотивов и его использование в рекламе.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся №2. Ответить на контрольные вопросы по теме.	2	
Тема 3 Суггестивные психотехнологии в рекламе	Содержание учебного материала Психоаналитически ориентированные подходы.	2	1,2
	Гипнотический подход. Техники эриксоновского гипноза в рекламе. Техника нейролингвистического программирования.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №3. Ответить на контрольные вопросы по теме.	2	
Тема 4 Рекламные средства, их классификация и применение	Содержание учебного материала Понятие рекламных средств и их классификация. Радио – и телевизионная реклама. Реклама в прессе.	2	1,2,3
	Печатная реклама. Сувенирная реклама. Прямая почтовая реклама. Реклама в Интернет. Наружная реклама.	2	
	Практическое занятие № 1 Изучение и оценка телевизионной рекламы	2	
	Практическое занятие № 2 Изучение и оценка радиорекламы.	2	
	Практическое занятие № 3 Изучение и оценка рекламных сообщений в прессе.	2	
	Практическое занятие №4 Изучение и оценка наружной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №4. Ответить на контрольные вопросы по теме.	2	

Тема 5 Основа разработки рекламных объявлений и текстов	Содержание учебного материала Основные принципы составления рекламных текстов. Художественное оформление рекламных объявлений.	2	1,2,3
	Практическое занятие №5 Разработка рекламных текстов	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №5. Ответить на контрольные вопросы по теме.	2	
Тема 6 Правовое регулирование рекламной деятельности	Содержание учебного материала Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики.	2	1,2
	Самостоятельная работа обучающихся №6. Ответить на контрольные вопросы по теме.	2	
Тема 7 Планирование и организация рекламных компаний	Содержание учебного материала Цели рекламной компании. Методы формирования рекламного бюджета. Бриф на разработку рекламы. Алгоритм проведения рекламной компании.	2	1,2
	Самостоятельная работа обучающихся №7. Ответить на контрольные вопросы по теме.	3	
Тема 8 Эффективность рекламной деятельности	Содержание учебного материала Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Психологическая эффективность рекламы. Проблемы эффективности рекламы	2	1,2,3
	Практическое занятие № 6 Расчет экономической эффективности рекламы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №8. Ответить на контрольные вопросы по теме.	3	
ИТОГО		52	

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)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации учебной дисциплины требуется наличие учебного кабинета Информационно-экскурсионной деятельности.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;

- рабочее место преподавателя;

- комплекты учебно-методической документации (включая электронные): комплект учебно-наглядных, контрольно-тренировочных учебных пособий, методические рекомендации для студентов по подготовке к практическим занятиям и др.

- рекламные буклеты

- стенды:

«Проект договора с клиентом»;

«Виды документов»;

«Виды рекламы»;

«Каталог туроператора»;

«Проект памятки туристам»;

«Бланки отчетности»;

Технические средства обучения:

- компьютер с выходом в сеть Internet;

- стандартное программное обеспечение: MS Windows XP, текстовый редактор MS Word;

- калькуляторы;

- мультимедиапроектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. 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). Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/bcode/448838>

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/bcode/433737>

Дополнительные источники:

1. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 155 с. — (Профессиональное образование). Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/bcode/457562>

2. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/bcode/454344>

3. Морозов, М. А. Экономика туризма : учебник для среднего профессионального образования / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Профессиональное образование). Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/bcode/456728>

4. Рассохина, Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для среднего профессионального образования /

Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 210 с. — (Профессиональное образование). Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/bcode/448693>

5.Скобкин, С. С. Экономика организации в гостиничном сервисе : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 373 с. — (Профессиональное образование). Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/bcode/456146>

Программное обеспечение

Наименование программного продукта	Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
Microsoft Windows 7 Professional	Dreamspark (Imagine) № 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	30.04.2015
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999. Node 1 year Educational Renewal License	Договор №148/ЕП(У)20-ВБ, 1С1С-200914-092322-497-674	11.09.2020
Microsoft Office 2013 Standard	Open License № 62018256	31.07.2016
Подписка Microsoft Office 365	свободно распространяемое для вузов	-
Adobe Acrobat	свободно распространяемое	-
Zoom	Договор №363/20/90/ЕП(у)20-ВБ	04.06.2020
Zoom	свободно распространяемое	-

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru	Договор № 71/ЕП (У) 19 от 25.12. 2019	01.01.2020-31.12.2020
	Договор № 4431/05/ЕП(У)21 от 17.03.2021	31.12.2021
	Договор № 256СЛ/11-2020 от 17.03.2021	01.01.2021-31.12.2021
Информационные справочные системы		
Справочно-правовая система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс студенту и преподавателю) www.consultant.ru/edu/	в открытом доступе	-

Интернет-ресурсы:

http://exsolver.narod.ru/Books/Management/ad_man/index.html

<http://www.aup.ru/books/m99/7.htm>

<http://www.webstarstudio.com/marketing/res/kommunik.htm>

<http://www.bestreferat.ru/>

<http://www.createbrand.ru/biblio/>

<http://ego.uapa.ru/issue/2010/01/08/>

<http://www.iteam.ru/publications/marketing>

<http://revolution.allbest.ru>

<http://marketing.spb.ru/read.htm>

<http://www.iqlib.ru>

http://www.koob.ru/romanov_aa/marketingovie_kommunikacii

Методические рекомендации, разработанные преподавателем:

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы

Методические рекомендации по практическим занятиям

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Оценка качества освоения учебной программы включает текущий контроль успеваемости, итоговую аттестацию по итогам освоения дисциплины.

Итоговая аттестация по дисциплине проводится в форме зачета в 4 семестре.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Коды формируемых профессиональных и общих компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<u>уметь:</u> - 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; <u>знать:</u> - 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.	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 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах. ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	Формы контроля: Групповой, фронтальный, индивидуальный. Методы контроля умений: -устный опрос; -тестирование; -контрольная работа; -индивидуальный контроль. Методы контроля знаний: - практические задания по работе с информацией, документами, литературой; -самостоятельная работа; - домашние задания проблемного характера; -тестирование; -индивидуальные задания. Методы оценки: -традиционная система оценок в баллах за каждую выполненную работу, на основе которой выставляется итоговая оценка.

5 ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Номер и дата распорядительного документа о внесении изменений	Дата внесения изменений	Ф.И.О. лица, ответственного за изменение	Подпись	Номер и дата распорядительного документа о принятии изменений