

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

**ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**ОП.05 РЕКЛАМА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Специальность:  
43.02.10 Туризм

Квалификация выпускника: специалист по туризму  
(базовая подготовка)

ПРИНЯТО:  
Предметной (цикловой) комиссией  
профессионального цикла колледжа

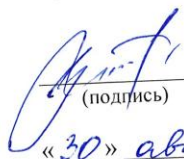
Протокол № 1  
от «31» августа 2021 г.

Председатель предметной (цикловой)  
комиссии

  
(подпись)

Э.В. Чупина  
(ФИО)

Разработчик:  
Преподаватель ГЭК НовГУ

  
(подпись) О.Н. Ефимов  
(ФИО)

«30» августа 2021 г.

## Содержание

|                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Пояснительная записка.....                                                                                  | 4  |
| Тематический план.....                                                                                      | 6  |
| Содержание самостоятельной работы.....                                                                      | 7  |
| Самостоятельная работа №1.....                                                                              | 7  |
| Самостоятельная работа №2.....                                                                              | 8  |
| Самостоятельная работа №3.....                                                                              | 9  |
| Самостоятельная работа №4.....                                                                              | 10 |
| Самостоятельная работа №5.....                                                                              | 11 |
| Самостоятельная работа №6.....                                                                              | 12 |
| Самостоятельная работа №7.....                                                                              | 13 |
| Самостоятельная работа №8.....                                                                              | 14 |
| Информационное обеспечение обучения .....                                                                   | 15 |
| Лист внесения изменений в методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы..... | 16 |

## Пояснительная записка

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы, являющиеся составной частью учебно-методического комплекса по 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 Локальными актами НовГУ.

Методические рекомендации включают внеаудиторную работу студентов, предусмотренную рабочей программой учебной дисциплины в объёме 18 часов.

В результате выполнения самостоятельной работы 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 выполнения самостоятельной работы 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.

### Тематический план и содержание учебной дисциплины

#### ОП.05 Реклама в профессиональной деятельности

| Наименование разделов и тем                                                                                     | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся                   | Кол-во часов | Уровень освоения |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------------|
| 1                                                                                                               | 2                                                                                                                               | 3            | 4                |
| <b>Тема 1</b><br>Понятие, сущность и задачи рекламы                                                             | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                            | <b>7</b>     | 1,2,3            |
|                                                                                                                 | Введение. Понятие рекламы. Цели рекламы, ее функции.                                                                            | 1            |                  |
|                                                                                                                 | Виды рекламы                                                                                                                    | 2            |                  |
|                                                                                                                 | Реклама в государствах Древнего мира. Развитие рекламы в Западной Европе, США, России.                                          | 2            |                  |
|                                                                                                                 | <b>Самостоятельная работа обучающихся №1.</b> Ответить на контрольные вопросы по теме.                                          | 2            |                  |
| <b>Тема 2</b><br>Роль психических процессов в формировании рекламных образов.<br>Психология мотивации в рекламе | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                            | <b>5</b>     | 1,2,3            |
|                                                                                                                 | Факторы, влияющие на восприятие рекламной информации: когнитивные, эмоциональные, поведенческие аспекты рекламного воздействия. | 2            |                  |
|                                                                                                                 | Структура потребностей и мотивы с позиции рекламного дела. Анализ мотивов и его использование в рекламе.                        | 1            |                  |
|                                                                                                                 | <b>Самостоятельная работа обучающихся №2.</b> Ответить на контрольные вопросы по теме.                                          | 2            |                  |
| <b>Тема 3</b><br>Суггестивные психотехнологии в рекламе                                                         | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                            | <b>6</b>     | 1,2,3            |
|                                                                                                                 | Психоаналитически ориентированные подходы                                                                                       | 2            |                  |
|                                                                                                                 | Гипнотический подход. Техники эриксоновского гипноза в рекламе. Техника нейролингвистического программирования                  | 2            |                  |
|                                                                                                                 | <b>Самостоятельная работа обучающихся №3.</b> Ответить на контрольные вопросы по теме.                                          | 2            |                  |
| <b>Тема 4</b><br>Рекламные средства, их классификация и применение                                              | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                            | <b>13</b>    | 1,2,3            |
|                                                                                                                 | Понятие рекламных средств и их классификация. Радио – и телевизионная реклама. Реклама в прессе.                                | 2            |                  |
|                                                                                                                 | Печатная реклама. Сувенирная реклама. Прямая почтовая реклама. Реклама в Интернет. Наружная реклама.                            | 1            |                  |
|                                                                                                                 | <b>Практическое занятие № 1</b> Изучение и оценка телевизионной рекламы                                                         | 2            |                  |
|                                                                                                                 | <b>Практическое занятие № 2</b> Изучение и оценка радиорекламы.                                                                 | 2            |                  |
|                                                                                                                 | <b>Практическое занятие № 3</b> Изучение и оценка рекламных сообщений в прессе.                                                 | 2            |                  |
|                                                                                                                 | <b>Практическое занятие №4</b><br>Изучение и оценка наружной рекламы.                                                           | 2            |                  |

|                                                                  |                                                                                                                                                                                           |           |       |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|
|                                                                  | <b>Самостоятельная работа обучающихся №4.</b> Ответить на контрольные вопросы по теме                                                                                                     | 2         |       |
| <b>Тема5</b><br>Основы разработки рекламных объявлений и текстов | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                      | 5         | 1,2,3 |
|                                                                  | Основные принципы составления рекламных текстов.<br>Художественное оформление рекламных объявлений.                                                                                       | 1         |       |
|                                                                  | <b>Практическое занятие №5</b> Разработка рекламных текстов                                                                                                                               | 2         |       |
|                                                                  | <b>Самостоятельная работа обучающихся №5.</b> Ответить на контрольные вопросы по теме.                                                                                                    | 2         |       |
| <b>Тема 6</b><br>Правовое регулирование рекламной деятельности   | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                      | 4         | 1,3   |
|                                                                  | Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики | 2         |       |
|                                                                  | <b>Самостоятельная работа обучающихся №6.</b> Ответить на контрольные вопросы по теме.                                                                                                    | 2         |       |
| <b>Тема 7</b><br>Планирование и организация рекламных компаний   | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                      | 4         | 1,3   |
|                                                                  | Цели рекламной компании. Методы формирования рекламного бюджета. Бриф на разработку рекламы. Алгоритм проведения рекламной компании                                                       | 2         |       |
|                                                                  | <b>Самостоятельная работа обучающихся №7.</b> Ответить на контрольные вопросы по теме.                                                                                                    | 2         |       |
| <b>Тема 8</b><br>Эффективность рекламной деятельности            | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                      | 8         | 1,2,3 |
|                                                                  | Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Психологическая эффективность рекламы. Проблемы эффективности рекламы                                                                  | 2         |       |
|                                                                  | <b>Практическое занятие № 6</b><br>Расчет экономической эффективности рекламы                                                                                                             | 2         |       |
|                                                                  | <b>Самостоятельная работа обучающихся №8.</b> Ответить на контрольные вопросы по теме.                                                                                                    | 4         |       |
| <b>Всего:</b>                                                    |                                                                                                                                                                                           | <b>52</b> |       |

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)

## Содержание самостоятельной работы

### Тема 1 Понятие, сущность и задачи рекламы

**Самостоятельная работа обучающихся №1.** Ответить на контрольные вопросы по теме, 2 часа

**Цель работы:** Закрепление теоретических положений по теме изучения..

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- понятие и виды рекламы
- цели рекламы, ее функции

уметь:

- работать с учебными и научными источниками.

#### **Содержание задания:**

1. Что означает термин “реклама”?
2. Какова роль рекламы?
3. Какие черты должны быть присущи торговой рекламе?
4. Каковы цели и функции у рекламы?
5. Охарактеризуйте ситуации, когда использование рекламы не обязательно
6. Раскройте особенности видов рекламы:
  - по способу воздействия на покупателя;
  - по способу выражения;
  - с точки зрения основных целей и задач;
  - с точки зрения возможной обратной связи с потребителем рекламы.

**Требования к результатам работы:** письменный ответ

**Форма контроля:** письменный ответ

#### **Критерии оценки:**

Оценка «5» - задание выполнено без ошибок; Ответы конкретные и лаконичные; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «4» - ответы конкретные, но могут содержать незначительные неточности; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «3» - не выполнено до конца одно из заданий; Ответы содержат некоторые неточности; Работа выполнена небрежно.

Оценка «2» - допущены принципиальные ошибки; Вопросы раскрыты поверхностно или нераскрыты; Работа оформлена небрежно

#### **Список рекомендуемой литературы:**

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, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946> (дата обращения: 30.08.21).

2. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961> (дата обращения: 30.08.21).

**Тема 2** Роль психических процессов в формировании рекламных образов. Психология мотивации в рекламе

**Самостоятельная работа обучающихся №2.** Ответить на контрольные вопросы по теме, 2 часа

**Цель работы:** закрепление теоретических положений по теме изучения.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- Факторы, влияющие на восприятие рекламной информации
- Анализ мотивов и его использование в рекламе.

**Содержание задания:**

**Контрольные вопросы по теме:**

1. В чем состоят особенности использования раннего психоанализа в рекламе?
2. Каковы особенности современного использования психоанализа в рекламе?
3. Раскройте содержание основных приемов суггестии в рекламе:
4. Охарактеризуйте психотехнологии наведения транса в рекламе:
5. Раскройте содержание наиболее часто применяемых в практике
6. Раскройте содержание понятия нейролингвистического программирования.
7. Охарактеризуйте основные стратегии восприятия и отражения мира.

**Требования к результатам работы:** письменный ответ

**Форма контроля:** письменный ответ

**Критерии оценки:**

Оценка «5» - задание выполнено без ошибок; Ответы конкретные и лаконичные; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «4» - ответы конкретные, но могут содержать незначительные неточности; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «3» - не выполнено до конца одно из заданий; Ответы содержат некоторые неточности; Работа выполнена небрежно.

Оценка «2» - допущены принципиальные ошибки; Вопросы раскрыты поверхностно или нераскрыты; Работа оформлена небрежно

**Список рекомендуемой литературы:**

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, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946> (дата обращения: 30.08.21).

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961> (дата обращения: 30.08.21).

### Тема 3 Суггестивные психотехнологии в рекламе

**Самостоятельная работа обучающихся №3.** Ответить на контрольные вопросы по теме, 2 часа

Цель работы: Закрепление теоретических положений по теме изучения.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

– суггестивные психотехнологии используемые в рекламе

уметь:

–определять психотехнологии в различных рекламных средствах

#### **Содержание задания:**

Ответить на контрольные вопросы по теме:

- 1.В чем состоят особенности использования раннего психоанализа в рекламе?
- 2.Каковы особенности современного использования психоанализа в рекламе?
- 3.Раскройте содержание основных приемов суггестии в рекламе:
- 4.Охарактеризуйте психотехнологии наведения транса в рекламе:
- 5.Раскройте содержание наиболее часто применяемых в практике
- 6.Раскройте содержание понятия нейролингвистического программирования.
- 7.Охарактеризуйте основные стратегии восприятия и отражения мира.

**Требования к результатам работы:** письменный ответ на вопросы

**Форма контроля:** устный ответ.

#### **Критерии оценки:**

Оценка «5» - задание выполнено без ошибок; Ответы конкретные и лаконичные; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «4» - ответы конкретные, но могут содержать незначительные неточности; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «3» - не выполнено до конца одно из заданий; Ответы содержат некоторые неточности; Работа выполнена небрежно.

Оценка «2» - допущены принципиальные ошибки; Вопросы раскрыты поверхностно или нераскрыты; Работа оформлена небрежно

#### **Список рекомендуемой литературы:**

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, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946> (дата обращения: 30.08.21).

2. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961> (дата обращения: 30.08.21).

#### **Тема 4** Рекламные средства, их классификация и применение

**Самостоятельная работа обучающихся №4.** Ответить на контрольные вопросы по теме, 2 часа

**Цель работы:** Закрепление теоретических положений по теме изучения.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

– классификацию рекламных средств

уметь:

–определять факторы эффективности различных рекламных средств

**Содержание задания:**

**Ответить на контрольные вопросы по теме:**

1. Какие рекламные материалы включает в себя реклама в прессе? На какие группы их можно разделить?
2. В чём преимущества печатной рекламы?
3. Какова эффективность печатной рекламы?
4. Как отражается на эффективности рекламы её местоположение в издании?
5. На какие группы можно разделить печатную рекламу? В чём их отличия?
6. В чём преимущества и недостатки теле- и радиорекламы? Каковы особенности восприятия теле- и радиорекламы? Насколько важен приём повторения в теле- и радиорекламе?
7. Что представляет собой прямая почтовая реклама? Насколько она эффективна? От чего зависит эффективность прямой почтовой рекламы?
8. Для каких товаров является эффективной наружная реклама?
9. Как осуществляется выбор средств распространения рекламы?

**Требования к результатам работы:** письменный ответ на вопросы

**Форма контроля:** устный ответ.

**Критерии оценки:**

Оценка «5» - задание выполнено без ошибок; Ответы конкретные и лаконичные; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «4» - ответы конкретные, но могут содержать незначительные неточности; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «3» - не выполнено до конца одно из заданий; Ответы содержат некоторые неточности; Работа выполнена небрежно.

Оценка «2» - допущены принципиальные ошибки; Вопросы раскрыты поверхностно или нераскрыты; Работа оформлена небрежно

**Список рекомендуемой литературы:**

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, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946> (дата обращения: 30.08.21).

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961> (дата обращения: 30.08.21).

## **Тема5 Основы разработки рекламных объявлений и текстов**

**Самостоятельная работа обучающихся №5.** Ответить на контрольные вопросы по теме, 2 часа

**Цель работы:** Закрепление теоретических положений по теме изучения.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

– основы разработки рекламных текстов

уметь:

–разрабатывать рекламные тексты

### **Содержание задания:**

Ответить на контрольные вопросы по теме:

1. Какова методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов?
2. Какие побудительные мотивы покупателей необходимо учитывать при составлении рекламного текста?
3. Какие существуют правила создания рекламы?
4. Какие требования, выработанные отечественной и зарубежной практикой необходимо учитывать при разработке рекламного текста?
5. Какую роль играет художественное оформление рекламных объявлений?
6. Какие приёмы применяют при иллюстрировании рекламных объявлений?

**Требования к результатам работы:** письменный ответ на вопросы

**Форма контроля:** устный ответ.

### **Критерии оценки:**

Оценка «5» - задание выполнено без ошибок; Ответы конкретные и лаконичные; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «4» - ответы конкретные, но могут содержать незначительные неточности; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «3» - не выполнено до конца одно из заданий; Ответы содержат некоторые неточности; Работа выполнена небрежно.

Оценка «2» - допущены принципиальные ошибки; Вопросы раскрыты поверхностно или нераскрыты; Работа оформлена небрежно

### **Список рекомендуемой литературы:**

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, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946> (дата обращения: 30.08.21).

2. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961> (дата обращения: 30.08.21).

## **Тема 6 Правовое регулирование рекламной деятельности**

**Самостоятельная работа обучающихся №6.** Ответить на контрольные вопросы по теме, 2 часа

**Цель работы:** Закрепление теоретических положений по теме изучения.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

– основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг.

- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.

- кодекс рекламной практики

уметь:

–применять Закон о рекламе в практике хозяйственной деятельности

**Содержание задания:**

**Ответить на контрольные вопросы по теме:**

1. Какую роль играет Федеральный Закон “О рекламе” в организации и управлении коммерческой деятельностью?

2. Какие общие и специальные требования устанавливает Федеральный Закон по отношению к рекламе?

3. Кто является рекламодателем рекламопроизводителем и рекламораспространителем?

4. Какую ответственность несут участники рекламного процесса за нарушение законодательства о рекламе?

5. Какую роль в организации и управлении рекламной деятельностью играет международный кодекс рекламной практики? (МКРП)

6. Какие нормы рекламы заложены в основу содержания этого кодекса?

**Требования к результатам работы:** письменный ответ на вопросы

**Форма контроля:** устный ответ.

**Критерии оценки:**

Оценка «5» - задание выполнено без ошибок; Ответы конкретные и лаконичные; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «4» - ответы конкретные, но могут содержать незначительные неточности; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «3» - не выполнено до конца одно из заданий; Ответы содержат некоторые неточности; Работа выполнена небрежно.

Оценка «2» - допущены принципиальные ошибки; Вопросы раскрыты поверхностно или нераскрыты; Работа оформлена небрежно

**Список рекомендуемой литературы:**

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, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946> (дата обращения: 30.08.21).

2. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961> (дата обращения: 30.08.21).

## **Тема 7** Планирование и организация рекламных компаний

**Самостоятельная работа обучающихся №7.** Ответить на контрольные вопросы по теме, 3 часа

**Цель работы:** Закрепление теоретических положений по теме изучения.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- цели рекламной компании
- алгоритм проведения рекламной компании

уметь:

- планировать и организовывать рекламные компании

**Содержание задания:**

**Ответить на контрольные вопросы по теме:**

1. Какова сущность рекламной компании, ее виды?
2. Каковы этапы проведения рекламной компании ?
3. Какими могут быть цели рекламной компании?
3. Как разрабатывается бюджета рекламной компании?
4. Как можно оценить эффективность рекламной компании?

**Требования к результатам работы:** письменный ответ на вопросы

**Форма контроля:** устный ответ.

**Критерии оценки:**

Оценка «5» - задание выполнено без ошибок; Ответы конкретные и лаконичные;

Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «4» - ответы конкретные, но могут содержать незначительные неточности;

Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «3» - не выполнено до конца одно из заданий; Ответы содержат некоторые неточности; Работа выполнена небрежно.

Оценка «2» - допущены принципиальные ошибки; Вопросы раскрыты поверхностно или нераскрыты; Работа оформлена небрежно

**Список рекомендуемой литературы:**

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, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946> (дата обращения: 30.08.21).

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961> (дата обращения: 30.08.21).

## **Тема 8 Эффективность рекламной деятельности**

**Самостоятельная работа обучающихся №8.** Ответить на контрольные вопросы по теме, 3 часа

**Цель работы:** Закрепление теоретических положений по теме изучения.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

– методы оценки эффективности рекламы

уметь:

–определять эффективность рекламы

**Содержание задания:**

**Ответить на контрольные вопросы по теме:**

1. В чем состоят основные проблемы определения эффективности рекламы?
2. Каким условиям должна удовлетворять реклама для того, чтобы быть эффективной?
3. Как определяется экономическая эффективность рекламы?
4. Какие формулы для расчета экономической эффективности рекламы могут быть использованы?
5. Что такое рентабельность рекламы и как она определяется?
6. Каковы основные психологические требования к рекламе, чтобы она отвечала критериям эффективности?
7. Чем характеризуется эффективность психологического воздействия рекламных средств?
8. С помощью каких методов можно определить эффективность психологического воздействия?

**Требования к результатам работы:** письменный ответ на вопросы

**Форма контроля:** устный ответ.

**Критерии оценки:**

Оценка «5» - задание выполнено без ошибок; Ответы конкретные и лаконичные; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «4» - ответы конкретные, но могут содержать незначительные неточности; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «3» - не выполнено до конца одно из заданий; Ответы содержат некоторые неточности; Работа выполнена небрежно.

Оценка «2» - допущены принципиальные ошибки; Вопросы раскрыты поверхностно или нераскрыты; Работа оформлена небрежно

**Список рекомендуемой литературы:**

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, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946> (дата обращения: 30.08.21).

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961> (дата обращения: 30.08.21).

## Информационное обеспечение обучения

### *а) Основная литература*

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, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946> (дата обращения: 30.08.21).

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961> (дата обращения: 30.08.21).

### *б) Дополнительная литература*

1. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490605> (дата обращения: 30.08.21).

2. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 165 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02282-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491654> (дата обращения: 30.08.21).

3. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10544-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495449> (дата обращения: 30.08.21).

### *Интернет-ресурсы:*

[http://exsolver.narod.ru/Books/Management/ad\\_man/index.html](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\\_kommunikatcii](http://www.koob.ru/romanov_aa/marketingovie_kommunikatcii)

**Лист внесения изменений в методические рекомендации по организации и  
выполнению самостоятельной работы**

| № | Номер и дата<br>распорядительного<br>документа о<br>внесении изменений | Дата<br>внесения<br>изменений | Ф.И.О. лица,<br>ответственного<br>за изменение | Подпись | Номер и дата<br>распорядительно<br>го<br>документа о<br>принятии<br>изменений |
|---|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                        |                               |                                                |         |                                                                               |
|   |                                                                        |                               |                                                |         |                                                                               |
|   |                                                                        |                               |                                                |         |                                                                               |
|   |                                                                        |                               |                                                |         |                                                                               |
|   |                                                                        |                               |                                                |         |                                                                               |