

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЧИТИНСКИЙ ИНСТИТУТ
КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ,
Директор Колледжа
М.Е. Ожегова
«30» июня 2017г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина Рекламная деятельность

38.02.05. Товароведение и экспертиза качества потребительских
товаров

Базовая подготовка

Чита, 2017

Рабочая программа учебной дисциплины РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.05.Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров - базовая подготовка.

Согласовано:

Начальник учебной части:

 А.А. Симакова

«30» июня 2017г.

Принята на заседании методической комиссии
Протокол № 8 от «30» июня 2017г.

Председатель ПЦК:

 Н.А. Зверева

Разработал преподаватель У.В. Астафьева

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) 38.02.05. Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров – базовая подготовка.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: Учебная дисциплина ОП.13 «Рекламная деятельность» входит в вариативную часть цикла общепрофессиональных дисциплин программы подготовки специалистов среднего звена.

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

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

- применять полученные знания в практической деятельности,
- разрабатывать и применять средства рекламы,
- планировать и организовывать рекламные мероприятия на торговом предприятии.

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

- цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности оптовой и розничной торговли;
- виды средств торговой рекламы и эффективное их применение в торговом предприятии;
- методы и способы организации рекламы на торговом предприятии.

Изучение дисциплины способствует освоению **общих 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 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

В ходе изучения дисциплины студент должен освоить **профессиональные компетенции:**

ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах.

ПК 1.2. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.

ПК 2.1. Идентифицировать товары по ассортиментной принадлежности.

ПК 2.2. Организовывать и проводить оценку качества товаров.

ПК 3.1. Участвовать в планировании основных показателей деятельности организации.

ПК 3.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 3.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 3.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 48 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 32 часа;

самостоятельной работы обучающегося 16 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)	48
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	32
в том числе:	
практические занятия	16
контрольные работы	
Самостоятельная работа обучаемого (всего)	16
в том числе:	
внеаудиторная самостоятельная работа	16
- реферат	2
- решение ситуационных задач	2
- разработка макетов рекламы	8
- творческие задания	4
<i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
РАЗДЕЛ 1 Введение			18	
Тема 1.1 Сущность цели и задачи дисциплины.	Содержание			
	1	Предмет, цели и задачи учебной дисциплины, межпредметные связи курса. Понятие, задачи, и требования к рекламе.	2	1
Тема 1.2 История рекламы	2	История развития рекламы.	2	1
Тема 1.3 Социально-психологические основы рекламы	3	Социально-психологические основы рекламы. Процесс воздействия и восприятия рекламы	2	1
Тема 1.4. Правовое регулирование рекламы	4	Правовое регулирование рекламной деятельности	2	1
	5	Самостоятельная работа: 1. Используя вырезки из печатной рекламы и рекламы в прессе – установить, какие функции выполняют данные рекламные средства» 2. Подготовить доклад на тему «История возникновения рекламы» 3. Изучение закона «о рекламе» 4. Оформление в рабочей тетради образцов рекламы не отвечающих требованиям закона о рекламе	8	2
	6	Практическое занятие: «Правовое регулирование рекламной деятельности»	2	2
Раздел 2. Рекламные средства			18	
Тема 2.1 Рекламные средства	Содержание			
	1	Рекламное обращение – понятие, структура, основные стили рекламного обращения, цветовой спектр	2	
	2	Печатная и прямая почтовая реклама. Реклама в прессе.	2	
	3	Самостоятельная работа: Оформить в рабочей тетради образцы видов наружной рекламы используемых в г. Чита.	4	2
	4	1.Практическое занятие: «Оформить подборку печатных рекламных средств» 2.Практическое занятие: «Оформить подборку средств рекламы в прессе» 3.Практическое занятие: «Разработать образец рекламного объявления» 4.Практическое занятие: «Разработать макет наружной рекламы- билборда» 5.Практическое занятие: «Разработать макет оформления наружной витрины»	10	2,3

Раздел 3. Организация рекламы в магазине			6	
Тема 3.1 Внутримагазинная реклама	Содержание			
	1	Внутримагазинная реклама. Интерьер магазина как средство рекламы.	2	1
	2	Самостоятельная работа: «Оформить в рабочей тетради виды оформления внутримагазинных витрин в г. Чита»	2	2
	3	Практическое занятие: «Разработка эскиза оформления внутримагазинной витрины»	2	3
Раздел 4. Рекламные мероприятия			6	
Тема 4.1 Рекламные мероприятия	Содержание			
	1	Рекламная компания: определение, цели, задачи	2	1
	2	Самостоятельная работа: «Разработать план проведения рекламной кампании»	2	3
	3	1. Практическое занятие: «Расчет экономической эффективности проведенных рекламных мероприятий»	2	2

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

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета:

Оборудование учебного кабинета:

- рабочий стол и стул для преподавателя
- рабочие столы и стулья для обучающихся
- доска классная
- методические шкафы с наглядными пособиями по менеджменту
- наглядные пособия
- комплект учебно-методической документации

Технические средства обучения:

- ноутбук
- мультимедийный проектор

3.2. Информационное обеспечение обучения

Учебно-методическая документация:

1. Учебно-методические комплексы по разделам и темам учебной дисциплины.
2. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов по дисциплине.
3. Сборник тестовых заданий по разделам дисциплины.
4. Учебно-методические пособия управляющего типа (рабочие тетради для практических заданий, инструкционные карты, методические рекомендации для выполнения практических работ).

Перечень рекомендуемой литературы по предмету:

ОСНОВНАЯ:

1. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093> (05.09.2017). МО
2. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы [Текст]: Учеб. / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов; В.Г. шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2013. - 540 с. РМО. - ISBN 978-5-394-01804-6
3. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031> (05.09.2017).
4. Герасимов, Б.И. Виды и средства распространения рекламы [Текст]: Учеб. пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова; М.А. Блюм. - М.: Форум, 2013. - 128 с. - (Проф. образование). РУМО. - ISBN 978-5-91134-305-7

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ:

1. Поляков, В.А. Основы рекламы: учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 718 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-

- 01059-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432> (05.09.2017).
2. Васильев, Г.А. Основы рекламы [Текст]: учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Инфра-М, 2014. - 407 с. + Тесты+Практикум. - РУМО. - ISBN 978-5-16-004228-2
3. Учёнова, В.В. История рекламы: учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 495 с.: ил. - ISBN 978-5-238-01462-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298> (05.09.2017).
4. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П.А. Кузнецов. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с.: схем., ил., табл. - ISBN 978-5-394-01068-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403> (05.09.2017).
5. Мазилкина, Е.И. Основы рекламы [Текст]: Учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2014. - 288 с. + Глоссарий. - ISBN 978-5-394-01852-7
6. Основы рекламы: прикладные задачи и методы их решения [Текст] : Учеб. пособие / Под ред. Д.П. Фролова, Е.Г. Попковой. - М.: Кнорус, 2016. - 194 с. + Словарь. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-03772-0

Интернет-ресурсы:

1. www.admin.chita.ru- администрация Городского округа «Город Чита»
2. www.chita.ru-читинский городской портал
3. www.reclama-expro.ru - реклама ЭСКПО
4. www.advesti.ru/useful/- информационный сайт «Все о рекламе»
5. www.adindex.ru/-сайт о рекламе и маркетинге в России и мире
6. www.consultant.ru/- консультант плюс

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, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Освоенные умения:	
применять полученные знания в практической деятельности	Наблюдение за деятельностью в процессе освоения программы дисциплины студента и оценка достижения результата через: - активное участие в ходе занятия; - устный и письменный опрос; - задания для самостоятельной работы; - выполнение практической работы; - выполнение творческой работы
разрабатывать и применять средства рекламы	Наблюдение за деятельностью в процессе освоения программы дисциплины студента и оценка достижения результата через: - активное участие в ходе занятия; - устный и письменный опрос; - задания для самостоятельной работы; - выполнение практической работы; - выполнение творческой работы
планировать и организовывать рекламные мероприятия на торговом предприятии.	Наблюдение за деятельностью в процессе освоения программы дисциплины студента и оценка достижения результата через: - активное участие в ходе занятия; - устный и письменный опрос; - задания для самостоятельной работы; - выполнение практической работы; - выполнение творческой работы
Освоенные знания:	
цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности оптовой и розничной торговли;	- Выступление на семинарском занятии - Тестовый контроль знаний
виды средств торговой рекламы и эффективное их применение в торговом предприятии;	Наблюдение за деятельностью в процессе освоения программы дисциплины студента и оценка достижения результата через: - активное участие в ходе занятия; - устный и письменный опрос; - задания для самостоятельной работы; - выполнение творческой работы
методы и способы организации рекламы на торговом предприятии	Наблюдение за деятельностью в процессе освоения программы дисциплины студента и оценка достижения результата через: - активное участие в ходе занятия; - устный и письменный опрос; - задания для самостоятельной работы; - выполнение творческой работы
<i>Итоговый контроль знаний в форме дифференцированного зачета</i>	

Автор:

Преподаватель дисциплин Колледжа Читинского института (филиала) ФГБОУ ВО «БГУ» - У.В. Астафьева