

АНО ВО «МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Колледж



**МОСКОВСКИЙ
ГУМАНИТАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Основан в 1944 году


Рабочая программа учебной дисциплины

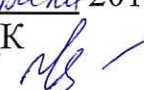
ОП.08. Рекламная деятельность

для специальности
43.02.10 Туризм
среднего профессионального образования
(базовая подготовка)

Москва, 2018

ОДОБРЕНО
Методический совет Колледжа
Протокол № 4
от « 29 » марта 2018 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа
Гущина Е. В. 
« 29 » марта 2018 г.

Рассмотрено на заседании
цикловой комиссии «Реклама».
Протокол № 4
от « 15 » февраля 2018 г.
Председатель ЦК
Чецкая М. В. 

Составлено в соответствии с
Федеральным государственным
образовательным стандартом
среднего профессионального
образования по специальности
43.02.10 Туризм (базовая
подготовка) (утвержден приказом
Министерства образования и науки
Российской Федерации от 07 мая
2014 г. № 474).

Автор-составитель: Шерышова Л. С., преподаватель дисциплин
профессионального цикла Колледжа МосГУ

Рецензент: Борисова И. Ю., преподаватель спецдисциплин ГБПОУ КГТиТ №41

Ответственный за выпуск: Картакаева Э. А., заместитель директора Колледжа
МосГУ по учебно-методической работе

ОП.08. Рекламная деятельность. Рабочая программа для специальности
43.02.10 Туризм СПО (базовая подготовка) Автор-сост.: Шерышова Л. С. – М.:
Изд-во Московского гуманитарного университета, 2018. - 15 с.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины.....	4
2. Структура и содержание учебной дисциплины.....	6
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	6
2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	7
3. Условия реализации рабочей программы учебной дисциплины.....	10
4. Контроль и оценка результатов учебной дисциплины.....	13

1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины ОП.08. Рекламная деятельность

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.08. Рекламная деятельность является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм (базовая подготовка).

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке, где необходимы знания и умения в соответствующей области.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина ОП.08. Рекламная деятельность является вариативной, относится к общепрофессиональным дисциплинам и входит в состав профессионального цикла в соответствии с учебным планом специальности.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью дисциплины является усвоение студентами основных базовых определений, понятий и принципов, терминологии, приобретение знаний и выработка умений в реализации рекламной деятельности в туризме.

В результате изучения обязательной части учебного курса дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- применять полученные знания при выполнении практических работ, разработке креативных формул и элементов структуры рекламных материалов, учитывая особенности, характерные для демографического состава целевой аудитории;
- мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения;
- применять в процессе практических и семинарских занятий знания современных технологий;
- работать в группе, выполняя комплексные задачи;
- выявлять специфику направлений рекламной деятельности и находить наиболее эффективные средства воздействия рекламы в сфере туризма;
- обосновывать, отстаивать и защищать практические работы по данной дисциплине.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- цели и задачи, содержание дисциплины;
- специфические особенности потребительского поведения целевых аудиторий, на которые направлено рекламное воздействие;
- профессии, специальности, направления и ремесла в сфере рекламы;
- основные виды рекламы и рекламносители;
- принципы медиапланирования;

- принципы рекламной деятельности по разработке рекламы, используемых в качестве инструментов рекламного воздействия, на основе общепринятых в рекламном бизнесе требований к их разработке;
- специфику основных направлений рекламной деятельности и различных рекламных средств, рекламных продуктов и каналов передачи рекламной информации;
- методы контроля и оценки эффективности рекламной деятельности.
- особенности рекламы и рекламной деятельности в сфере туризма и туристических услуг;
- определение места географического, национального и историко-этнического контекста в рекламном продукте в сфере туризма.

Рабочая программа направлена на освоение общих и профессиональных компетенций:

Код	Наименование результата обучения
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 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.
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

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
в том числе:	
5 семестр	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	33
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	15
Итоговая аттестация - в форме <i>контрольной работы</i>.	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.08. Рекламная деятельность

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности студента		Объем часов	
1	2		3	
Раздел 1. Реклама как коммуникационная система в истории и современном мире			22	
Тема 1.1. Понятие рекламы. Цель, функции, задачи рекламы. Классификация рекламы по областям человеческой деятельности. Составляющие рекламной деятельности, функции, задачи	Содержание учебного материала	Уровень освоения*	11	
	Понятие рекламы, рекламная коммуникация. Цель, функции и задачи рекламы. Место и роль рекламы в истории и современном мире. Классификация рекламы по областям человеческой деятельности. Основы и составляющие рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламной деятельности. Законы в мире рекламы. Особенности внешнего и внутреннего регулирования рекламной деятельности. Основные статьи Федерального закона «О рекламе». Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Особенности рекламы в туризме.	1		
	Тематика учебных занятий			8
	1. Понятие рекламы, цель, функции, задачи. Классификация рекламы (лекция)			2
	2. Рекламная деятельность. Правовое регулирование рекламной деятельности. Рекламная кампания (семинар)			2
	3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Современный рынок рекламы. (семинар)			2
	4. Особенности рекламы в туризме. Роль рекламы в туристской деятельности (семинар)			2
	Самостоятельная работа обучающихся			3
Составления глоссария. Термины. Составление таблиц и схем по классификации рекламы. Выделение особенностей по типу классификации.		3		
Тема 1.2. История рекламы. Становление рекламы как коммуникационной системы. Современный рынок рекламы	Содержание учебного материала	Уровень освоения	11	
	Развитие и становление рекламы в мировой истории. Формирование основных институтов и видов рекламы, их развитие. Становление рекламы как коммуникационной системы. Рекламная деятельность за рубежом. Развитие теории рекламирования. Основные этапы рекламирования, идейные вдохновители, теоретики рекламы. Особенности рекламной практики в России. Рынок современной рекламной индустрии в мире.	2		

	Тематика учебных занятий		6
	1. Реклама в Древнем мире и в Средние века (лекция).		2
	2. Реклама Ренессанса и Нового времени (семинар).		2
	3. Реклама в мире на рубеже XIX –XX вв. Особенности рекламы в России. (семинар.)		2
	Практические занятия		2
	1. Контрольная работа.		2
	Самостоятельная работа обучающихся		3
	Составление глоссария по профессиям в рекламе. Презентации и рефераты на тему истории рекламы.		3
Раздел 2. Классификация рекламы по типу целей и каналов передачи информации. Основные виды рекламы			8
Тема 2.1. Классификация рекламы. Основные виды рекламы	Содержание учебного материала	Уровень освоения	8
	Классификация рекламы. Цели в рекламе в зависимости от жизненного цикла товара (информативная, убеждающая, напоминающая). Виды рекламы в зависимости от каналов передачи информации. Выбор вида рекламы в зависимости от цели и определения целевой аудитории. Особенности рекламного сообщения. Психологическое восприятие и воздействие рекламы. Основные направления рекламного воздействия. Участники коммуникации. Особенности эффективного воздействия рекламы в туризме.	1	
	Тематика учебных занятий		6
	1. Классификация рекламы по типу целей и каналов передачи информации (лекция).		2
	2. Основные виды рекламы. Целевая аудитория. Рекламное сообщение (семинар).		2
	3. Психологическое восприятие и воздействие рекламы (семинар).		2
	Самостоятельная работа обучающихся		2
	Составление рекламного обращения.		2
Раздел 3. Рекламная кампания. Инновационные технологии рекламирования туристских услуг			16
Тема 3.1. Рекламная кампания	Содержание учебного материала	Уровень освоения	7
	Понятие рекламной кампании. Виды, цели, задачи. Взаимосвязь с задачами рекламодателя и рекламопроизводителя. Виды рекламных кампаний. Классификации. Планирование рекламной кампании. Определение цели рекламной кампании. Основные этапы проведения рекламной кампании. Целевая аудитория. Направления и темы рекламы. Формирование бюджета рекламной кампании. Бриф. Рекламная кампания в туризме.	1	

	Тематика учебных занятий		4
	1. Рекламная кампания. Цели, задачи (лекция).		2
		2. Бриф. Особенности составления брифа. (семинар).	2
		Самостоятельная работа обучающихся	3
		Разработка рекламной кампании. Составление брифа. Оформление рекламной кампании в таблицу, схему, презентацию.	3
Тема 3.2. Инновационные технологии рекламирования туристских услуг	Содержание учебного материала	Уровень освоения	9
	Инновационные технологии рекламирования туристских услуг. Наружная реклама, рекламные объекты в городской среде. Понятие, основные виды, термины. POS - материалы. Анализ воздействия на целевую аудиторию. Виды рекламы в интернет. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с учетом географического расположения, национального контекста и историко-этнического колорита (тур, экскурсия, отдых и т.д.) с целью формирования востребованного туристского продукта. Разработка рекламного продукта о туристических услугах на основе инновационных технологий, маркетинговых исследований.		
	Тематика учебных занятий		1
	1 Инновационные технологии рекламирования туристских услуг (лекция).		1
	Практические занятия		4
	1. Разработка рекламного туристского продукта.		2
	2. Представление рекламного продукта и портфолио.		2
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Маркетинговых исследований рынка туристских услуг. Разработка рекламного продукта. Оформление портфолио. Подготовка к контрольной работе.		4
			Контрольная работа
		Всего:	48

*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 программы

3.1. Материально-техническое обеспечение

Освоение дисциплины ОП.08. Рекламная деятельность реализуется в учебных кабинетах:

1. Кабинет менеджмента

Оборудование учебного кабинета:

Посадочные места по количеству обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, учебно-методические материалы, наглядные пособия, брошюры, экран. Мультимедиа комплект (передвижной): ноутбук Lenovo G570 с установленным лицензионным программным обеспечением – операционная система Windows, MS Office, Adobe Reader, проектный столик, проектор Casio XJ-A241

2. Лекционный кабинет

Оборудование учебного кабинета:

Учебная лекционная мебель, доска, комплект звукоусиления, экран, проектор Casio ПК i3/4гб с установленным лицензионным программным обеспечением

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

Карпова С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2019. - 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1.

Дополнительные источники:

Синяева И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для СПО. — 552 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8 - М.: Юрайт, 2019

Официальные издания:

1. Гостиничное и ресторанное дело, туризм [Текст] : сборник нормативных документов / [сост Ю. Ф. Волкова]. - Ростов н/Д : Феникс, 2007. - 635 с.

Справочно-библиографические издания:

1. Глоссарий профессиональных терминов по тематике туризма, гостиничного хозяйства и общественного питания [Электронный ресурс] / АНО ВО Моск. гуманит. ун-т, Каф. социально-культур. сервиса и туризма ; под общ. ред. М. В. Арифиллина, Ю. С. Путрика. - Электрон. текстовые дан. 892 кб. - М. : Изд-во МосГУ, 2017. - 92 с.

Периодические издания (включая профессиональные базы данных):

1. Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса / Российский государственный университет туризма и сервиса. 1999-5644. [Архив 2010-2017]. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/2543#journal_name

2. Сервис plus / Российский государственный университет туризма и сервиса. 1993-7768. [Архив 2010 - 2017]. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/2540#journal_name

Интернет-ресурсы:

1. <http://elib.mosgu.ru> - электронный каталог библиотеки МосГУ
2. IPRbooks - электронно-библиотечная система
3. KNIGAFUND.RU - электронно-библиотечная система
4. «Знаниум»- электронно-библиотечная система
5. <https://biblio-online.ru/> - электронно-библиотечная система «Юрайт»
6. elearn.mosgu.ru – электронный образовательный портал МосГУ
7. <http://tonkosti.ru/> - энциклопедия для туристов
8. www.tourdom.ru - профессиональный туристический портал
9. <http://www.consultant.ru> - справочная правовая система КонсультантПлюс

3.3. Организация образовательного процесса

Освоение программы учебной дисциплины ОП.08. Рекламная деятельность обеспечивается учебно-методической документацией по всем разделам и темам. Внеаудиторная (самостоятельная) работа сопровождается методическим обеспечением.

Реализация программы учебной дисциплины обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню разделов дисциплины. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечиваются доступом к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде МосГУ (ЭИОС МосГУ).

Материально-техническая база, перечисленная в п. 3.1, соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам и обеспечивает проведение качественных занятий.

Консультации для обучающихся по очной форме обучения предусмотрены расписанием консультаций Колледжа МосГУ из расчета 4 часа на одного обучающегося на каждый учебный год. Формы проведения консультаций групповые, индивидуальные, письменные, устные.

3.4. Применение активных и интерактивных форм обучения

Все практические занятия проводятся в активной и интерактивной форме (мозговой штурм, ролевая деловая игра, групповая дискуссия, кейс-технологии, работа на электронной образовательной платформе MOODLE, парная и групповая работа и др.). Интерактивный вид занятий составляет не менее 70% от всех аудиторных часов, конкретно прописываются в КТП.

Применение данных технологий планируется по следующим темам:

№ семестра	№ темы
5 семестр	Темы 1.1. - 3.2.

3.5. Требования к организации учебного процесса для инвалидов и лиц с ОВЗ

Рабочая программа ОП.08. Рекламная деятельность предусматривает образование лиц с ОВЗ или инвалидностью, наличие специальных условий её реализации и контроля, и оценки результатов освоения дисциплины (использование специальных методов обучения, специальных учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения и т.п.).

4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Освоение содержания учебной дисциплины ОП.08. Рекламная деятельность обеспечивает достижение студентами определенных результатов.

Результаты обучения (усвоенные знания, освоенные умения, общие и профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата
Усвоенные знания	
цели и задачи, содержание дисциплины	знание целей, задач и содержания дисциплины
специфические особенности потребительского поведения целевых аудиторий, на которые направлено рекламное воздействие	знание специфических особенностей потребительского поведения целевых аудиторий, на которые направлено рекламное воздействие
профессии, специальности, направления и ремесла в сфере рекламы	знание профессии, специальности, направлений и ремесла в сфере рекламы
основные виды рекламы и рекламоносители	знание основных видов рекламы и рекламоносителей
принципы медиапланирования	знание принципов медиапланирования
принципы рекламной деятельности по разработке рекламы, используемых в качестве инструментов рекламного воздействия, на основе общепринятых в рекламном бизнесе требований к их разработке	знание принципов рекламной деятельности по разработке рекламы, используемых в качестве инструментов рекламного воздействия, на основе общепринятых в рекламном бизнесе требований к их разработке
специфика основных направлений рекламной деятельности и различных рекламных средств, рекламных продуктов и каналов передачи рекламной информации	знание специфики основных направлений рекламной деятельности и различных рекламных средств, знание рекламных продуктов и каналов передачи рекламной информации
методы контроля и оценки эффективности рекламной деятельности	знание методов контроля и оценки эффективности рекламной деятельности
особенности рекламы и рекламной деятельности в сфере туризма и туристических услуг	знание особенностей рекламы и рекламной деятельности в сфере туризма и туристических услуг
определение места географического, национального и историко-этнического контекста в рекламном продукте в сфере туризма	понимание значимости географического, национального и историко-этнического контекста рекламного продукта в сфере туризма
Освоенные умения	
применять полученные знания при выполнении практических работ, разработке креативных формул и элементов структуры рекламных материалов, учитывая особенности, характерные для демографического состава целевой аудитории	умение применять полученные знания при выполнении практических работ, разработке креативных формул и элементов структуры рекламных материалов с учетом особенностей демографического состава целевой аудитории
мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения	умение мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения
применять в процессе практических и семинарских занятий знания современных технологий	умение применять знания современных технологий в процессе практических и семинарских занятий

работать в группе, выполняя комплексные задачи	умение работать в группе, выполняя комплексные задачи
выявлять специфику направлений рекламной деятельности и находить наиболее эффективные средства воздействия рекламы в сфере туризма	умение выявлять специфику направлений рекламной деятельности и находить наиболее эффективные средства воздействия рекламы в сфере туризма
обосновывать, отстаивать и защищать практические работы по данной дисциплине	умение обосновывать, отстаивать и защищать практические работы по данной дисциплине
Общие компетенции	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	правильность понимания области и объектов профессиональной деятельности
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	умение правильно определять методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	объективность в самоанализе и коррекции результатов собственной работы
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	результативность выбора методов и способов выполнения профессиональных задач
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	умение пользоваться информационно-коммуникационными технологиями (в рамках профессиональной деятельности), искать информацию в источниках сети «Интернет»
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	эффективность взаимодействия с студентами группы, колледжа, университета, преподавателями, руководством и другими сотрудниками учреждения
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	понимание значимости работы в команде (коллективе), умение брать на себя ответственность за выполнение заданий
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	четкость определения задач профессионального и личностного развития, умение планировать самообразование и личностное развитие в соответствии с задачами профессиональной деятельности
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	умение использовать новые технологии в профессиональной сфере
Профессиональные компетенции	
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	умение взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	умение проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

