


«УТВЕРЖДАЮ»

Заместитель директора по УВР  
ГБПОУ Уфимский торгово –  
экономический колледж

  
Г.А. Ушакова

Приказ № 218 о/д от 08.09.2015 г.

*актуализировано:*

*Зам. директора по УВР*

*Ушаков Ш.А. Ушакова*

*пр. № 222/д от 31.08.16г*

*актуализировано:*

*Зам. директора по УВР*

*Ушаков Ш.А. Ушакова*

*пр. № 237/д от 30.08.17г*

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ\*

\*вариативная часть

*Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 «Коммерция» (по отраслям)*

*Организация разработчик: государственное бюджетное образовательное учреждение среднего профессионального образования «Уфимский торгово-экономический колледж»*

*Составитель: И.А. Лаврентьева, преподаватель*

*Заключение Республиканского экспертного совета по профессиональному образованию при ГБОУ РУМНЦ МО РБ Секция среднего профессионального образования протокол № 05/11 от 24.08.2011г.*

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<i>1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины</i>	<i>4</i>
<i>2. Структура и содержание учебной дисциплины</i>	<i>6</i>
<i>3. Условия реализации учебной дисциплины</i>	<i>12</i>
<i>4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины</i>	<i>13</i>
<i>5. ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Лист изменений и дополнений, внесенных в рабочую программу</i>	

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламная деятельность» – является частью программы подготовки специалистов среднего звена специальности СПО 38.02.04 «Коммерция»

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** дисциплина входит в профессиональный цикл.

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

*Вариативная часть*

- *работать с законодательными документами;*
- *составлять и оформлять рекламные тексты и объявления;*
- *проводить рекламные мероприятия в магазине;*
- *оформлять витрины образцами различных товарных групп;*
- *взаимодействовать с участниками рекламного процесса;*
- *рассчитывать и анализировать экономическую эффективность рекламных мероприятий и вносить рекомендации по внедрению новых видов рекламных средств и мероприятий.*

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- *цели и задачи учебной дисциплины;*
- *сущность и задачи рекламы;*
- *основные законодательные акты, регламентирующие рекламную деятельность;*
- *рекламные средства и их применение в магазине,*
- *организацию и управление рекламной деятельностью в торговле;*
- *состояние рекламной деятельности современных торговых предприятий г. Уфы;*

Содержание дисциплины ориентировано на формирование профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.5. Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих

должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

на формирование общих компетенций (ОК):

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

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

#### **1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося *60 часов (вариатив)*, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося *40 часов (вариатив)*, -самостоятельной работы обучающегося *20 часов (вариатив)*,.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной деятельности</b>	<b>Объем часов</b>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	60( <i>вариатив</i> )
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	40( <i>вариатив</i> )
в том числе:	
лабораторные занятия	Не предусмотрено
практические занятия	24( <i>вариатив</i> )
контрольные работы	Не предусмотрено
курсовая работа (проект)	Не предусмотрено
самостоятельная работа студента (всего)	20( <i>вариатив</i> )
в том числе:	
Самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	Не предусмотрено
Самостоятельная работа	
Подготовка мультимедийных презентаций.	2( <i>вариатив</i> )
Составление таблиц, схем, дидактического материала.	1( <i>вариатив</i> )
Решение ситуационных задач.	2( <i>вариатив</i> )
Работа с поисковыми системами Интернет- Yandex, Google	2( <i>вариатив</i> )
Подготовка рефератов, сообщений.	2( <i>вариатив</i> )
Работа с рабочими тетрадями	1( <i>вариатив</i> )
<i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета– 2 семестр</i>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины **Рекламная деятельность**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Сущность и значение рекламы, ее правовое регулирование.</b>		30	
<b>Тема 1.1 Понятие, сущность и задачи рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b> <i>Понятие, сущность и задачи рекламы. Межпредметные связи данной дисциплины с другими дисциплинами. История возникновения и развития рекламы. Реклама в России, ее современное состояние.</i>	2	1
	<i>Лабораторные работы не предусмотрены</i>	-	
	<i>Практические занятия не предусмотрены</i>	-	
	<i>Самостоятельная работа не предусмотрены</i>	-	
<b>Тема 1.2. Правовое регулирование рекламной деятельности.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> <i>Роль Федерального закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Государственное регулирование и саморегулирование рекламной деятельностью. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; регулирование рекламной деятельности на международном уровне.</i>	2	3
	<i>Лабораторные работы не предусмотрены</i>	-	
	<b>Практические занятия</b> <i>Решение ситуационных заданий в соответствии с ФЗ «О рекламе»; Подготовить эскиз рекламного продукта или сценарий рекламного ролика. Форма отчета: сценарий в письменном виде или мультимедийная презентация.</i>	6	

	<i><b>Самостоятельная работа.</b> Изучить Федеральный закон «О рекламе» и основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг; Изучить особенности рекламы отдельных видов товаров. Изучить Российский рекламный кодекс; Оформить ответы в рабочей тетради.</i>	4	
<b>Тема 1.3 Классификация рекламы и рекламных средств.</b>	<i><b>Содержание учебного материала</b> Основные признаки классификации рекламы: по географическому признаку, по характеру объекта, по каналу распределения, по характеру воздействия и т.д. Понятие о средствах рекламы. Основные элементы средств рекламы: текст, изображение, цвет, звук, шрифт и требования, предъявляемые к ним. Выбор рекламных средств.</i>	2	2
	<i><b>Лабораторные работы не предусмотрены</b></i>	-	
	<i><b>Практические занятия не предусмотрены</b></i>	-	
	<i><b>Самостоятельная работа не предусмотрены</b></i>	-	
<b>Тема 1.4 Рекламные средства и их применение</b>	<i><b>Содержание учебного материала</b> Рекламные средства и их применение: реклама в прессе, телевизионная реклама, наружная реклама, печатная реклама, аудиовизуальная реклама, радиореклама. Выставки и ярмарки. Сувенирная реклама. Прямая почтовая реклама. Мероприятия паблик рилейинз. Компьютеризированная реклама.</i>	2	2
	<i><b>Лабораторные работы не предусмотрены</b></i>	-	
	<i><b>Практические занятия проанализировать и охарактеризовать применение рекламных средств на современных розничных предприятиях торговли города Уфа, определить их эффективность.</b></i>	2	
	<i><b>Самостоятельная работа</b> изучить внутримагазинные рекламные средства и виды рекламных POS-материалов; составить таблицу по видам рекламных POS-материала-</i>	2	



	<i>лов с обозначением происхождения слова и описанием.</i>		
<b>Тема 1.5 Создание рекламных объявлений и текстов</b>	<b>Содержание учебного материала</b> <i>Основные принципы составления рекламных текстов. Методика разработки идей рекламных материалов. Основные правила, позволяющие создать хорошую рекламу. Художественное оформление рекламных объявлений. Приёмы, применяемые при иллюстрировании рекламного объявления. Выбор средств распространения рекламы.</i>	2	2
	<b>Лабораторные работы не предусмотрены</b>	-	
	<b>Практические занятия.</b> Составить и оформить рекламные тексты и объявления по предложенным преподавателем ситуациям с учетом рекламных средств; <i>Решение ситуационных заданий по разработке рекламных сообщений;</i>	4	
	<b>Самостоятельная работа</b> изучить материалы учебной литературы и периодической печати по художественному оформлению рекламных текстов. Разработать сценарии рекламных роликов различных товаров.	2	
<b>Раздел 2 . Организация рекламной деятельностью на рынке товаров и услуг</b>		30	
<b>Тема 2.1 Организация рекламы в магазине</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Реклама современного магазина. Основные виды внешней рекламы современного магазина: наружные щиты с плакатами и афишами; вывески; внешнее оформление магазина; наружные витрины. Основные средства внутренней рекламы магазина: интерьер торгового зала; рекламная выкладка и показ товара внутри торгового предприятия; рекламные указатели, плакаты и афиши. Рекламные мероприятия в магазине: устная реклама, выставки-продажи, радиореклама дегустация новых продовольственных товаров и т.д. Витрины, их виды, классификация и требования к ним. Устройство витрин. Витринный инвентарь и материалы для оформления витрин. Правила разработки композиции витринной выставки. Оформление витрин образцами различных товарных групп.	2	3

	<b>Лабораторные работы не предусмотрены</b>	-	
	<b>Практические занятия.</b> На примере торгового предприятия сделать описание внешней и внутренней рекламы магазина; Оформить витрины образцами товаров различных товарных групп на основе составленных эскизов; Создать и проанализировать тематическую выкладку товаров.	6	
	<b>Самостоятельная работа</b> Изучить витрины магазинов торговых предприятий г. Уфы, их устройство, витринный инвентарь и материалы для оформления. 2.Изучить дополнительные материалы литературы и интернет - сайтов по правилам разработки витринной выставке и мерчандайзингу магазина. Оформить в виде сообщения или реферата.	8	
<b>Тема 2.2. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров и услуг</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие рекламного агентства, их услуги. Функции и структура рекламного агентства, его основные отделы: креативный отдел, отдел по работе с заказчиками, отдел исследования и развития, производственный отдел, административно-хозяйственный отдел. Планирование рекламной работы на торговом предприятии. Взаимодействие с рекламным агентством, порядок заключения договоров.	2	3
	<b>Лабораторные работы не предусмотрены</b>	-	
	<b>Практические занятия</b> Составить план рекламной работы на предприятии. Составить план проведения рекламной кампании.	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> ознакомиться с порядком заключения договора на оказание рекламных услуг, используя материалы периодической печати и интернет сайтов.	2	
<b>Тема 2.3 Фирменный стиль и его составляющие элементы.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие фирменного стиля, его составные элементы: товарный знак, фирменная шрифтовая надпись (логотип), фирменный блок, фирменный лозунг (слоган), фирменный цвет, фирменный комплект шрифтов, другие фирменные константы. Товарные знаки - понятия ,требования, предъявляемые к ним, порядок регистрации товарных знаков. Коллективный знак. Использование товарного	1	2

	<i>знака. Передача товарного знака и прекращение правовой охраны товарного знака.</i>		
	<b>Лабораторные работы не предусмотрены</b>	-	
	<b>Практические занятия не предусмотрены</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа не предусмотрены</b>	-	
<b>Тема 2.4 Эффективность рекламной деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Экономическая эффективность рекламных мероприятий, методика расчета. Психологическая эффективность применения средств рекламы, методы ее определения.	1	3
	<b>Лабораторные работы не предусмотрены</b>	-	
	<b>Практические занятия</b> определить экономическую эффективность рекламных мероприятий на основе предложенных преподавателем ситуаций.	4	
	<b>Самостоятельная работа</b> проанализировать психологическую эффективность применения средств рекламы методом наблюдения.	2	
<i>Итого</i>		60	

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 ДИСЦИПЛИНЫ

**3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**  
Реализация программы дисциплины требует наличия учебных кабинетов «Организации коммерческой деятельности и логистики»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- раздаточный материал (логические схемы, рабочая тетрадь, учебно-методические комплексы) на каждого обучающегося по темам практических работ.

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### Основные источники:

- 1.Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая и третья. – М.: ООО «ТК Велби», 2013. – 448 с.
- 2.Федеральный закон «О рекламе», 2013г.33с
- 3.Овчинникова Н.Н., Рекламное дело: учебное пособие для студентов; ; Издательский дом "Дашков и К"2014-368с.
4. Основы рекламы: Хрестоматия / А.Н. Мудров. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. - 301 с.ЭБС «Издательство ИНФРА-М,»
- 5.ПанкратовФ.Г., Баженов Ю.К. Шахурин В.Г., Основы рекламы: Из-во Торговая корпорация «Дашков и К»,2013-548с.
- 6.. Годин А.А, Комаров В.М. Интернет-реклама. - М.: Дашков и К, 2014. - 168 с. ЭБС «Издательство ИНФРА-М,»
7. Бернадская, Ю. С. Текст в рекламе М. ИНФРА-М,»; 2015. - 288 с. ЭБС «Издательство ИНФРА-М,»
- 8.Аниськина, Н.В. Кольшикина Т.Б. Наружная реклама. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 208 с. ЭБС «Издательство ИНФРА-М,»

##### Дополнительные источники:

1. Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности - М.: Дашков и К, 2014. - 284 с
- 2.Синяева И.М., Земляк , В.В., Маркетинг торговли: М.: Инфа- -М , 2013. - 752 с., ЭБС «Издательство Инфра -М»
- 3.Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: учебник для вузов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2014. – 700 с.
4. ,И. М. Синяева Маркетинг PR и рекламы - М. : Инфа- -М, 2014. - 495 с ЭБС«Издательство Инфра -М»

##### Интернет источники:

1. [http //www.sostav.ru/](http://www.sostav.ru/)-журнал «Реклама, маркетинг,PR»
2. [http //www.es.ru](http://www.es.ru/) //журнал «Экспресс Сервис Реклама»
3. [http //www.reklamodatel.ru/](http://www.reklamodatel.ru/)-журнал «Рекламодатель: теория и практика»

4. [http //www.advertology.ru/](http://www.advertology.ru/)- сайт наука о рекламе, статьи из журнала «Лаборатория рекламы»

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<i>Освоенные умения:</i>	
<i>работать с законодательными документами</i>	Текущий контроль: интерпретация результатов мониторинга за деятельностью обучающегося в процессе теоретического обучения, домашняя работа
<i>составление и оформление рекламные текстов и объявления;</i>	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, домашняя работа, выполнение индивидуальных заданий по исследованию, практические занятия
<i>проведение рекламные мероприятия в магазине;</i>	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, домашняя работа, выполнение индивидуальных заданий по исследованию, практические занятия
<i>оформление витрин образцами различных товарных групп;</i>	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, домашняя работа, выполнение индивидуальных заданий по исследованию, практические занятия
<i>взаимодействие с участниками рекламного процесса;</i>	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, домашняя работа, выполнение индивидуальных заданий по исследованию, практические занятия
<i>рассчитывать и анализировать экономическую эффективность рекламных мероприятий и вносить рекомендации по внедрению новых видов рекламных средств и мероприятий.</i>	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, домашняя работа, выполнение индивидуальных заданий по исследованию, практические занятия

<i>Усвоенные знания:</i>	
<i>цели и задачи учебной дисциплины;</i>	Текущий контроль: интерпретация результатов мониторинга за деятельностью обучающегося в процессе теоретического обучения, домашняя работа
<i>сущность и задачи рекламы</i>	Текущий контроль: интерпретация результатов мониторинга за деятельностью обучающегося в процессе теоретического обучения, домашняя работа
<i>основные законодательные акты, регламентирующие рекламную деятельность;</i>	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, домашняя работа, выполнение индивидуальных заданий по исследованию, практические занятия
<i>рекламные средства и их применение в магазине,</i>	Текущий контроль: интерпретация результатов мониторинга за деятельностью обучающегося в процессе теоретического обучения, домашняя работа
<i>организации и управление рекламной деятельностью в торговле;</i>	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, домашняя работа, выполнение индивидуальных заданий по исследованию, практические занятия
<i>состояние рекламной деятельности современных торговых предприятий г. Уфы;</i>	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, домашняя работа, выполнение индивидуальных заданий по исследованию, практические занятия
	Итоговый контроль: <i>деферицированный зачет</i>

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ  
В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ**

№ изменения, дата внесения изменения; № страницы с изменением;	
<b>БЫЛО</b> <i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:</i>	<b>СТАЛО</b>
<i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</i>	
Основание:	
Подпись лица внесшего изменения	

