

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал)
Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Шилов С.П.

«28» мая 2020 г.



ОП.11 РЕКЛАМА

Рабочая программа дисциплины для обучающихся по программе подготовки
специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм
(базовая подготовка)
Форма обучения – очная

Талипова Гульфия Маратовна. Реклама. Рабочая программа дисциплины для обучающихся по программе подготовки специалистов среднего звена 43.02.10 Туризм. Форма обучения – очная. Тобольск, 2020.

Рабочая программа дисциплины разработана на основе ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая 2014 года, № 474.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Реклама [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>

© Тобольский педагогический институт им. Д.И.Менделеева (филиал) Тюменского государственного университета, 2020

© Талипова Гульфия Маратовна, 2020

Содержание

| | |
|---|----|
| 1. Паспорт рабочей программы дисциплины..... | 4 |
| 2. Структура и содержание дисциплины..... | 5 |
| 3. Условия реализации рабочей программы дисциплины..... | 9 |
| 4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины..... | 10 |

1. Паспорт рабочей программы дисциплины

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина «Реклама» входит в профессиональный учебный цикл.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:

- Цели и общие требования рекламы;
- Функции рекламы;
- Виды рекламы;
- Средства распространения рекламы;
- Историю развития рекламы и современные рекламные стратегии;
- Технику проведения рекламной кампании;
- Методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках.

Уметь:

- Определить конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;
- Определять основные направления проведения рекламных мероприятий;
- Организовать разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, контролировать их качество;
- Обеспечивать наглядность, доступность и адресность рекламы;
- Соблюдать нормы общественной морали и этики, не нарушая правил конкурентной борьбы;
- Работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

1.4. Количество часов на освоение дисциплины:

Семестр(ы) 1 ;

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 104 часов, в том числе:

обязательной аудиторной нагрузки обучающегося 68 часов;

самостоятельной работы обучающегося 30 часов.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем часов |
|---|--------------------|
| Максимальная учебная нагрузка (всего) | 104 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) | 68 |
| в том числе: | |
| лабораторные занятия | |
| практические занятия | 34 |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего) | 30 |
| Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет | |

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

| Раздел 1. Особенности рекламы и рекламные средства, используемые в туризме. | | Объем часов | Уровень освоения |
|--|---|--------------------|-------------------------|
| Тема 1.1 Методы продвижения продуктов и услуг в туризме. | Содержание учебного материала | 12 | |
| | Особенности продукта в туризме как товара. Понятие о рекламе. Функции рекламы. Стимулирование продаж. Меры по стимулированию сбыта. Продвижение туристских услуг на рынке. Связи с общественностью. | 4 | Ознакомительный |
| | Практическое занятие Личные и персональные продажи. Неосвязаемость услуги. Неразрывность и несохраняемость услуг. | 4 | Репродуктивный |
| | Самостоятельная работа обучающихся Доклад по теме «Особенности и виды рекламы в туризме». | 4 | Продуктивный |
| Тема 1.2 Современная реклама и ее задачи. | Содержание учебного материала | 12 | |
| | Понятие рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель. Потребители рекламы. Задачи рекламы. Реклама на макроуровне. Реклама на микроуровне. | 4 | Ознакомительный |
| | Практическое занятие Цели рекламы. Характеристики рекламы. Затраты на рекламу. Имидж предприятия. Определение целевой аудитории. Характер целевой аудитории. | 4 | Репродуктивный |
| | Самостоятельная работа обучающихся Доклад на тему «Основные законы рекламы» | 4 | Продуктивный |
| Тема 1.3 Классификация рекламы в туризме. | Содержание учебного материала | 12 | |
| | Понятие товарной рекламы. Престижная реклама. Имидж-реклама. Реклама дестинаций. Рациональная реклама. Социальная реклама. Моральная реклама. Реклама, в зависимости от охвата территории. | 4 | Ознакомительный |
| | Практические занятия Региональная реклама. Международная реклама. Реклама, в зависимости от источников финансирования. | 4 | Репродуктивный |
| | Самостоятельная работа обучающихся Заполнить таблицу классификации рекламы по различным признакам в различных сферах туризма. | 4 | Продуктивный |
| Тема 1.4 Структура современного рекламного | Содержание учебного материала | 12 | |

| | | | |
|---|---|--------------|-----------------|
| рынка. | | | |
| | Объем российского рекламного рынка. Распределение затрат на туристскую рекламу. Реклама в прессе. Рекламный текст. Печатные издания. Печатная реклама | 4 | Ознакомительный |
| | Практическое занятие Радио- и телереклама. Радиореклама. Радиообъявление. Радиоролик. Музыкальная реклама. Радиожурнал. Радиорепортаж. Телевизионная реклама. Стоимость телевизионной рекламы. Эффективность рекламы. | 4 | Репродуктивный |
| Самостоятельная работа обучающихся Доклад по теме «Рекламные сувениры». Сообщения по темам: «Наружная реклама». «Средства и виды наружной рекламы». «Компьютерная реклама». | 4 | Продуктивный | |
| Раздел 2. Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях туризма. | | | |
| Тема 2.1. Основные цели рекламной кампании. | Содержание учебного материала | 16 | |
| | Этапы планирования рекламной кампании. Разработка рекламного бюджета. Медиапланирование. | 6 | Ознакомительный |
| | Практическое занятие Организация рекламной деятельности на предприятиях туризма. Рекламно-информационные материалы и их размещение. | 6 | Репродуктивный |
| | Самостоятельная работа обучающихся Сообщение на тему «Оценка эффективности рекламной деятельности в туризме» | 4 | Продуктивный |
| Тема 2.2. Рекламные агентства и реклама страховых услуг в туризме. | Содержание учебного материала | 16 | |
| | Характеристика рекламных агентств. Функции и структура рекламных агентств. Страховые услуги в туризме. Задачи рекламы страховых услуг. Ведущие страховые кампании. Особенности страховой рекламы в туризме. | 6 | Ознакомительный |
| | Практическое занятие Выставочная деятельность предприятий сферы туризма. Классификация выставок. Планирование и оформление выставочной площади. | 6 | Репродуктивный |
| | Самостоятельная работа обучающихся Создание презентации «Российские туристские выставки» | 4 | Продуктивный |
| Тема 2.3. Правовое регулирование рекламы в туризме. | Содержание учебного материала | 18 | |
| | Рекламное законодательство. Основные документы, регламентирующие рекламную деятельность. Закон РФ «О защите прав потребителей». Закон РФ «О рекламе». | 6 | Ознакомительный |
| | Практические занятия Товарные знаки предприятий сферы туризма. Понятие брэнда. Регистрация товарных знаков. | 6 | Репродуктивный |

| | | | |
|--|--|-----------|--------------|
| | Самостоятельная работа обучающихся Создание презентации «Фирменный стиль предприятия сферы туризма». | 6 | Продуктивный |
| | Всего | 98 | |

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 дисциплины

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация дисциплины требует наличия: учебного кабинета гуманитарных и социально-экономических дисциплин оснащенный следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, мультимедийное аудиовизуальное оборудование, персональный компьютер.

На ПК установлено следующее программное обеспечение:
— Офисное ПО: операционная система MS Windows, офисный пакет MS Office, платформа MS Teams, офисный пакет LibreOffice, антивирусное ПО Dr. Web.

Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий: основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов.

Основная литература:

1. Дурович, А. П. Реклама в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 158 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-015516-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039322> (дата обращения: 17.03.2021). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Морган, Н., Причард, А. Реклама в туризме и отдыхе: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Соц.-культур, сервис и туризм» / Н. Морган, А. Причард / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ерёмкина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 495 с: ил., табл. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00647-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028572> (дата обращения: 17.03.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Найджел, Морган Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет; перевод В. Н. Егоров, Б. Л. Ерёмкин. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 5-238-00647-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html> (дата обращения: 17.03.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Интернет-ресурсы:

1. Знаниум - <https://new.znanium.com/>
2. Лань - <https://e.lanbook.com/>
3. IPR Books - <http://www.iprbookshop.ru/>
4. Elibrary - <https://www.elibrary.ru/>
5. Национальная электронная библиотека (НЭБ) - <https://rusneb.ru/>
6. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) - <https://icdlib.nspu.ru/>
7. "ИВИС" (БД периодических изданий) - <https://dlib.eastview.com/browse>
8. Электронная библиотека Тюмгу - <https://library.utmn.ru/>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: Платформа для электронного обучения MicrosoftTeams

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

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

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата (освоенные умения, усвоенные знания) | Формы и методы контроля и оценки |
|--|--|--|
| ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах. | Цели и общие требования рекламы; Функции рекламы; Виды рекламы; Средства распространения рекламы; Историю развития рекламы и современные рекламные стратегии; Определить конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; Определять основные направления проведения рекламных мероприятий; Организовать разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, контролировать их качество; | Подготовка доклада Составление презентаций Выполнение практических заданий |
| ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой по требителю. | Технику проведения рекламной кампании; Методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках Обеспечивать наглядность, доступность и адресность рекламы; Соблюдать нормы общественной морали и этики, не нарушая правил конкурентной борьбы; Работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации. | |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|---|---------------------------------------|
| ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость | - обоснование выбора профессии; - определение основных видов | <i>Экспертное наблюдение и оценка</i> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p> | <p>деятельности на рабочем месте и необходимые орудия труда;</p> <ul style="list-style-type: none"> - определение основных видов деятельности на рабочем месте и необходимых орудий труда; - определение положительных и отрицательные стороны профессии; - определяет перспективы развития в профессиональной сфере. | <p><i>на практических занятиях при выполнении работ</i></p> |
| <p>ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p> | <ul style="list-style-type: none"> - владение персональным компьютером; - осуществление поиска информации в сети интернет и различных электронных носителях - использование программного обеспечения в решении профессиональных задач; - использование средств ИТ для обработки и хранения информации; - создание презентации в различных формах. | <p><i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ</i></p> |
| <p>ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p> | <ul style="list-style-type: none"> - выявление трудностей при решении профессиональных задач и проблем личностного развития; - владение навыками самоорганизации и применяет их на практике; - составление программы саморазвития, самообразования; - выявление трудностей при решении профессиональных задач и проблем личностного развития | <p><i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ</i></p> |