

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Факультет среднего профессионального образования



«УТВЕРЖДАЮ»
Декан факультета СПО, к.э.н.
Чернова Н.А.
«26» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы рекламы»

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 «Реклама»

<u>Максимальная нагрузка по дисциплине, часов</u>	88
Аудиторные занятия, часов	64
в т.ч. лабораторно–практические занятия, часов	
Самостоятельная работа, часов	24

Санкт-Петербург 2020

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта по
специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

Реклама

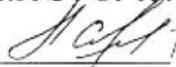
наименование специальности(ей)

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией

экономических дисциплин и рекламы

Протокол № 9 от 15.06.2020 г.

Председатель:  Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 7 от 24.06.2020 г.

Председатель:  /Березина С.А./

Разработчики:

Лачугина М.М., преподаватель высшей квалификационной категории

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама».

Программа учебной дисциплины может быть использована в профессиональных образовательных организациях при реализации программ подготовки специалистов среднего звена, повышения квалификации и переподготовки рабочих кадров и специалистов среднего звена по направлению 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

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

Учебная дисциплина «Основы рекламы» является дисциплиной профессионального учебного цикла.

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- распознавать типы и средства рекламы;
- формулировать цели рекламы.

–

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- понятие, сущность и задачи рекламы;
- типы и средства рекламы;
- особенности рекламного процесса и рекламной деятельности.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальной учебной нагрузки 88 часов,

в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки 64 часов;
- самостоятельной работы 24 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)	88
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
лабораторно-практические занятия	0
Самостоятельная работа (всего)	24
Промежуточная аттестация в форме экзамена в 3 семестре	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Реклама и комплекс маркетинга	Содержание учебного материала:	14	1
	1. Основные понятия. Цели, задачи, роль рекламы в современном обществе. Основные виды рекламы	2	
	2. Понятие маркетинга, маркетинговые концепции, рынок и его сегментация.	2	
	3. Поведение потребителей.	2	
	4. Маркетинговые коммуникации.	2	
	5. Продвижение продукта.	2	
	6. Функции рекламы.	2	
	7. Планирование маркетинга и рекламы.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка тезисов по теме: «Рынок и сегментация» «Поведение потребителей» «Исследования в рекламе»	6	2
Тема 2. Реклама как процесс	Содержание учебного материала:	6	1
	Законодательные документы о рекламе и рекламной деятельности. Реклама как коммуникационный процесс.	2	
	Реклама в системе товародвижения.	2	
	Особенности рекламной деятельности. Реклама в деятельности современных компаний. Экономические результаты воздействия рекламы.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Подготовка таблицы «Типы рекламы» 2. Характеристика рекламы потребительских товаров 3. Подготовка примеров нарушений закона о рекламе	6	2
Тема 3. Рекламная продукция	Содержание учебного материала:	16	1
	Выбор средств рекламы.	2	
	Реклама в прессе.	2	
	Реклама на телевидении.	2	
	Реклама на радио. Наружная и транзитная реклама.	2	
	Выставки и ярмарки.	2	

	Реклама в местах торговли.	2	
	Реклама в Интернете.	2	
	Прямая почтовая реклама.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Составление таблицы по рекламной продукции 2. Посещение выставки 3. Характеристика рекламы с точки зрения применения различных средств	6	1
Тема 4. Проектирование и производство рекламного продукта	Содержание учебного материала:	28	2
	Разработка рекламного продукта.	2	
	Дизайн рекламной продукции.	2	
	Художественное выражение рекламы.	2	
	Фотосъемка и видеосъемка в рекламе.	2	
	Рекламный текст и его элементы.	2	
	Мультимедийные и web-технологии при разработке и создании рекламного продукта.	2	
	Психологическое воздействие на потребителя.	2	
	Содержание рекламной деятельности.	2	
	Рекламные агентства.	2	
	Особенности рекламных услуг.	2	
	Производство рекламы.	2	
	Обязанности специалиста по рекламе.	2	
	Роль и место специалиста по рекламе на предприятии и в организации и рекламном агентстве.	4	
Самостоятельная работа обучающихся: 1. Подобрать оригинальный шрифт. Цветовой круг. 2. Ознакомление со структурой и деятельностью рекламного агентства. Составить перечень рекламных услуг. 3. Изучить должностные обязанности специалиста по рекламе. 4. Подобрать примеры рекламы, выполненной с использованием мультимедийх и web- технологий.	6	2	
Всего:	88	-	

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 программы учебной дисциплины предполагает наличие учебного кабинета.

Оборудование в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 11-СПО-5/17 от 07.03.2017г.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

- 1 Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466183>.
- 2 Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456737>.

Дополнительные источники:

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>.
- 2 Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452841>.
- 3 Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-

07508-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:
<https://urait.ru/bcode/455113>.

- 4 Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456619>.
- 5 Герасимов, Б. И. Виды и средства распространения рекламы : учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-611-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058216>. — Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы:

- 1 www.laboratory.ru Laboratory. Ru – библиотека электронных текстов, статей и справочных материалов по науке и технике
- 2 www.econom.nsc.ru Виртуальная Экономическая Библиотека
- 3 <http://www.e-college.ru> Открытый колледж
- 4 www.advmarket.ru
- 5 www.marketingspb.ru
- 6 reklama-region.com Региональная реклама

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения	
<ul style="list-style-type: none">– распознавать типы и средства рекламы;– формулировать цели рекламы.–	<ul style="list-style-type: none">– экспертная оценка выполнения индивидуальных заданий;– экзамен.
Знания	
<ul style="list-style-type: none">– понятие, сущность и задачи рекламы;– типы и средства рекламы;– особенности рекламного процесса и рекламной деятельности.	<ul style="list-style-type: none">– экспертная оценка выполнения индивидуальных заданий;– экзамен.

Аннотация

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы рекламы» является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама».

Программа учебной дисциплины может быть использована в профессиональных образовательных организациях при реализации программ подготовки специалистов среднего звена, повышения квалификации и переподготовки рабочих кадров и специалистов среднего звена по направлению 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

Учебная дисциплина «Основы рекламы» является дисциплиной профессионального учебного цикла.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- распознавать типы и средства рекламы;
- формулировать цели рекламы.

–

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- понятие, сущность и задачи рекламы;
- типы и средства рекламы;
- особенности рекламного процесса и рекламной деятельности.

Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: обязательной аудиторной учебной нагрузки, часов - 64.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена в 3 семестре.

Язык обучения по дисциплине: русский.