

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
«СЕРОВСКИЙ ТЕХНИКУМ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПИТАНИЯ»

Рассмотрено на заседании  
МО кулинарных групп  
Протокол № 1 от «30» 08 2016 г.  
Руководитель МО И.П.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### ОП.13 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

специальность 43.02.01 Организация обслуживания в общественном  
питании

Форма обучения – очная  
Срок обучения 3 года 10 месяцев  
На базе основного общего образования  
Уровень подготовки: базовый

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.15 «Рекламная деятельность» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) среднего профессионального образования (далее СПО) по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 07.05.2014 N 465 (зарегистрировано в Минюсте России 11.06.2014 N 32672).

Организация-разработчик:

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области «Серовский техникум сферы обслуживания и питания»

Разработчик:

- Рассанова Мария Михайловна, преподаватель

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>9</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОП.13. Рекламная деятельность

### 1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности **43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании**. Нормативный срок обучения на базе основного общего образования – 3 года 10 месяцев.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки)

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** дисциплина входит в профессиональный учебный цикл в его вариативную часть в структуре ОПОП и является общепрофессиональной дисциплиной.

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

С целью овладения указанными в ФГОС СПО видами профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной дисциплины **должен уметь:**

- определять вид используемой рекламы в организациях общественного питания,
- разрабатывать слоган, эмблему, визитные карточки, меню, винные карты предприятий в зависимости от назначения с учетом установленных требований;
- соблюдать правила составления рекламных сообщений, использовать виды рекламы на предприятиях;
- использовать социально-психологические приемы рекламы в сфере питания (суггестия), составлять рекламные тексты и объявления.

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

- цели, задачи, функции и виды рекламы, характеристику средств рекламы;
- воздействие рекламы на потребителей, приемы и способы привлечения внимания к рекламе;
- формы продвижения продукции и услуги предприятий питания, приемы, элементы и средства рекламного сообщения.
- основные принципы и особенности рекламной деятельности в сфере общественного питания.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение учебной дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки **48** часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки **32** часа;  
самостоятельная работа – **16** часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13. Рекламная деятельность

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>48</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>32</b>
в том числе:	
лабораторные занятия	
практические занятия	<b>12</b>
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>16</b>
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-
выполнение домашней работы; работа с дополнительными источниками информации в соответствии с заданием преподавателя	<b>16</b>
<b><i>Итоговая аттестация по дисциплине – дифференцированный зачет</i></b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП. 13. Рекламная деятельность

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовые работы (проекты)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Тема 1. Теоретические основы рекламной деятельности.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Цели и задачи рекламы. Рекламная деятельность как процесс, его сущность. Реклама и паблик рилейшнз Организация рекламной деятельности. Процесс разработки рекламной кампании рекламным агентством	<b>5</b>	<b>1</b>
	<b>Практическая работа № 1: «Изучение спонсорства, как средство рекламы»</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная работа</b> 1. Сообщение на тему «Рынок рекламы и его участники»	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Тема 2. Социально-психологические основы рекламной деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Воздействие рекламы на потребителей. Приемы и способы привлечения внимания к рекламе. Суггестия (внушение) в рекламе.	<b>3</b>	<b>1</b>
	<b>Практическая работа № 2: «Использование метода ненавязчивого предложения»</b> <b>Практическая работа № 3: «Исследование социально-психологических особенностей рекламы в сфере питания»</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная работа</b> 1. Оценка эффективности рекламы	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Тема 3. Рекламная деятельность на предприятии.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Функции рекламы. Классификация видов рекламы, их характеристика. Формы продвижения продукции и услуг предприятий питания. Основные принципы и особенности рекламной деятельности в сфере общественного питания. Товарные знаки: характеристика, порядок регистрации и использования в общественном питании. Понятие фирменного стиля. Соответствие фирменного стиля концепции предприятия общественного питания.	<b>7</b>	<b>1</b>

	Основные элементы фирменного стиля, товарный знак, логотип, слоган и т.п.		
	<b>Практическая работа № 4: «Составление рекламы предприятия»</b> <b>Практическое занятие № 5: «Разработка логотипа, эмблемы, слогана предприятия»</b> <b>Практическая работа № 6: «Исследование спроса потребителей»</b> <b>Практическая работа № 7: «Составление рекламных текстов и объявлений»</b> <b>Практическая работа № 8: «Выбор рекламных средств в зависимости от типа предприятия питания»</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная работа</b> 1. Составление рекламного объявления 2. Сравнительный анализ рекламы в гостиницах, барах, кафе, ресторанах	<b>5</b>	<b>3</b>
<b>Тема 4. Планирование и подготовка рекламного сообщения</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Общее представление о рекламном сообщении Содержание рекламного обращения и его составляющие Приемы, элементы и средства рекламного сообщения Меню и винная карта как инструменты рекламы.	<b>4</b>	<b>1</b>
	<b>Практическая работа № 9: «Составление рекламного сообщения»</b> <b>Практическая работа № 10: «Художественное оформление рекламного сообщения»</b> <b>Практическая работа № 11: «Составление и оформление меню предприятия»</b> <b>Практическая работа № 12: «Составление визитной карточки предприятия»</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная работа</b> 1. Анкетирование потребителей для выявления спроса в П.О.П. 2. Доклад на тему: «СМИ как носитель рекламы»	<b>5</b>	<b>3</b>
	Дифференцированный зачет	<b>1</b>	<b>3</b>

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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Гуманитарных и социально-экономических дисциплин».

#### **Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:**

1. Рабочее место преподавателя - 1
2. Рабочие места обучающихся - 26
3. Таблицы, схемы, плакаты.

#### **Технические средства обучения:**

1. Мультимедийная установка
2. ПК с лицензированным программным обеспечением

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

##### **Основные источники:**

1. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюкин Д.В. Организация рекламной деятельности. – М.: Академия, 2006.
2. Веселов С.В. Маркетинг в рекламе. – М.: Международный институт рекламы, 2002.
3. Матанцев А.Н. Эффективность рекламы. – М.: ФИНПРЕСС, 2004.
4. Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность. – М., 2008.

##### **Дополнительные источники:**

1. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность. – М. Экономика, 2008
2. Мудров А.Н. Основы рекламы. М. Академия, 2009.
3. Пономарева А.М. «Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности», 2004г.

##### **Интернет-ресурсы**

<http://www.twirpx.com/>

<http://www.avd.ru/>

<http://www.marketing-ug.ru>

<http://www.joviont.ru>

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

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения тестирования, письменного и устного опроса, выполнения практических работ, самостоятельного выполнения студентами индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• определять вид используемой рекламы в организациях общественного питания,</li><li>• разрабатывать слоган, эмблему, визитные карточки, меню, винные карты предприятий в зависимости от назначения с учетом установленных требований;</li><li>• соблюдать правила составления рекламных сообщений, использовать виды рекламы на предприятиях;</li><li>• использовать социально психологические приемы рекламы в сфере питания (суггестия), составлять рекламные тексты и объявления.</li></ul>	<p>Наблюдение за выполнением практических работ. Проверка выполнения самостоятельной работы в соответствии с индивидуальным заданием.</p>
<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• цели, задачи, функции и виды рекламы, характеристику средств рекламы;</li><li>• воздействие рекламы на потребителей, приемы и способы привлечения внимания к рекламе;</li><li>• формы продвижения продукции и услуги предприятий питания, приемы, элементы и средства рекламного сообщения.</li><li>• основные принципы и особенности рекламной деятельности в сфере общественного питания.</li></ul>	<p>Выполнение устных, письменных, тестовых контрольных заданий. Проверка соответствия выполнения контрольных заданий требованиям к результатам освоения дисциплины. Выполнение самостоятельной работы. Проверка соответствия выполнения заданий для самостоятельной работы требованиям к результатам данной работы.</p>