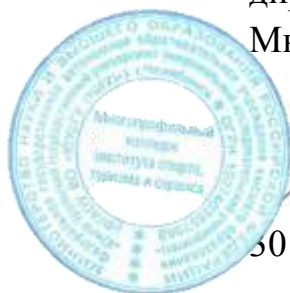



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(национальный исследовательский университет)»
ИНСТИТУТ СПОРТА, ТУРИЗМА И СЕРВИСА
МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ:
директор
Многопрофильного колледжа




О.Б. Прохорова
30 августа 2021 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.ДВ.03 РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ
СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

основной профессиональной образовательной программы

43.02.10 ТУРИЗМ

Челябинск 2021

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.ДВ.03 «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме» основной профессиональной образовательной программы специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.10 Туризм рассмотрена и одобрена на заседании Педагогического совета № 1, протокол № 1 от «27» августа 2021 г.

СОГЛАСОВАНО:

Зам. директора по НМР

И.Н. Романенко

« 27 » августа 2021 г.



Специалист по УМР

О.А. Швецова

« 27 » августа 2021 г.



Разработчик: И.В. Пызина – преподаватель Многопрофильного колледжа

Рабочая программа учебной дисциплины профессионального цикла ОП.ДВ.03 «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.10 Туризм.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования **43.02.10 Туризм**.

Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме» предназначена для изучения в профессиональных образовательных организациях при подготовке специалистов среднего звена по специальности **43.02.10 Туризм**.

1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина, являясь вариативной, относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального учебного цикла.

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- составлять рекламные объявления для различных предприятий социально-культурного сервиса и туризма и различных средств рекламы;
- работать с фирменным стилем предприятия, товарным знаком, торговой маркой;
- овладеть практическими методами проведения рекламных исследований;
- освоить технологию разработки рекламной кампании предприятий туризма и рассчитывать ее эффективность.

знать:

- основные законы и нормативные акты, регулирующие сферу рекламы на территории Российской Федерации;
- роль современной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций и ее задачи в социально-культурном сервисе и туризме;
- особенности рекламной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме;
- социально-психологические особенности рекламы;
- основные средства рекламы и методы их применения.

развить способности, необходимые для формирования общих компетенций (далее 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 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.

развить способности, необходимые для формирования профессиональных компетенций (далее ПК):

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

2 СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Количество часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	75
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	50
в том числе:	
теоретические занятия	24
практические занятия	24
лабораторные работы	–
контрольные работы	–
дифференцированный зачет	2
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	25
в том числе:	
внеаудиторная самостоятельная (домашняя) работа	25
индивидуальная учебно-научная работа (рефераты, проекты, НИРС)	–
Промежуточная аттестация (итоговая по дисциплине) в форме дифференцированного зачета	

2.2 Тематический план

Наименование разделов и тем	Максимальная учебная нагрузка (час)	Обязательная нагрузка					Самостоятельная работа			
		Всего часов	в том числе				Всего часов	в том числе		
			теоретических занятий (час)	лабораторных и/или практических занятий (час)	контрольных занятий /точек рубежного контроля (час)	промежуточная аттестация в форме диф. зачёта/ зачёта		внеаудиторная самостоятельная работа (час)	индивидуальная учебно-научная работа (час)	
2 курс										
Реклама в социально-культурном сервисе и туризме	75	50	24	24		2	25	25		
Введение. Стартовая диагностика обучающихся	2	2	2							
Тема 1.1 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций социально-культурного сервиса и туризма (СКСиТ)	2	2	2							
Тема 1.2 История развития рекламы	2	2	2							
Тема 1.3 Законодательные основы рекламы	4	2	2				2	2		
Тема 1.4 Основные принципы и методы рекламной деятельности в СКСиТ	2	2	2							
Тема 1.5 Социально-психологические особенности рекламы в СКСиТ	5	2	2				3	3		
Тема 1.6 Рекламные исследования	2	2	2							
Практическое занятие №1. Проведение рекламных исследований	4	2		2			2	2		
Практическое занятие №2. Создание рекламных обращений	4	2		2			2	2		
Практическое занятие №3. Создание рекламных объявлений и текстов	4	2		2			2	2		
Тема 1.7 Использование цвета в рекламе	2	2	2							
Практическое занятие №4. Подготовка цветовой гаммы для рекламного материала и обоснование выбора	2	2		2						

Тема 1.8 Средства распространения рекламы в СКСиТ	2	2	2						
Практическое занятие №5. Подбор и характеристика различных рекламных средств	4	2		2			2	2	
Тема 1.9 Фирменный стиль и его составные элементы	4	2	2				2	2	
Практическое занятие №6. Разработка рекламной продукции с учетом фирменного стиля предприятия	2	2		2					
Практическое занятие №7. Разработка рекламной кампании	6	2		2			4	4	
Тема 1.10 Рекламные агентства и их функции	2	2	2						
Практическое занятие №8. Оценка эффективности рекламной деятельности	2	2	–	2					
Практическое занятие №9. Формирование плана рекламной кампании	4	2	–	2			2	2	
Практическое занятие №10. Разработка плана продвижения туристского объекта в сети интернет	4	2	–	2			2	2	
Тема 1.11 Туристские выставки и ярмарки	2	2	2						
Практическое занятие №11,12. Посещение выставки	6	4		4			2	2	
Дифференцированный зачет	2	2				2			
Всего:	75	50	24	24		2	25	25	–

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности.

Основное оборудование, компьютерная техника, установленное программное обеспечение, обеспечивающее проведение всех видов занятий:

- 1) Проектор,
- 2) Компьютер,
- 3) Выход в Интернет,
- 4) Программное обеспечение:
 - Windows XP Professional,
 - MSOffice,
 - 7-Zip.

3.2 Информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

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/>

Дополнительная литература:

1. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454344>

2. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : НГТУ, 2017. — 92 с. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/118379>

3. Абабков, Ю.Н. Реклама в туризме [Текст]: учебник для ВПО. – М., 2014

4. Мазилкина, Е.И. Основы рекламы [Текст] : учеб. пособие. – М.: Дашков и К., 2016

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Показатели, формы и методы контроля и оценки освоенных умений, усвоенных знаний, сформированности компетенций обучающихся представлены в таблице.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания, формируемые компетенции)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
уметь: – составлять рекламные объявления для различных предприятий социально-культурного сервиса и туризма и различных средств рекламы; – работать с фирменным стилем предприятия, товарным знаком, торговой маркой; – овладеть практическими методами проведения рекламных исследований; – освоить технологию разработки рекламной кампании предприятий туризма и рассчитывать ее эффективность.	Решение профессиональных задач, кейсов Проверка внеаудиторной самостоятельной работы
знать:	Терминологический диктант

<ul style="list-style-type: none"> – основные походы и нормативные акты, регулирующие сферу рекламы на территории Российской Федерации; – роль современной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций и ее задачи в социально-культурном сервисе и туризме; – особенности рекламной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме; – социально-психологические особенности рекламы; – основные средства рекламы и методы их применения. 	<p>Тестирование Устный опрос Защита рефератов, докладов Решение профессиональных задач, кейсов</p>
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Решение профессиональных задач, кейсов Проверка внеаудиторной самостоятельной работы Защита рефератов, докладов</p>
<p>ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.</p> <p>ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами</p>	<p>Решение профессиональных задач, кейсов Проверка внеаудиторной самостоятельной работы</p>

по реализации и продвижению туристского продукта.	
---------------------------------------------------	--

4.2. Критерии оценки

Критерии оценки реферата:

«5» выставляется, если работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема работы, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению;

«4» выставляется, если: - работа сдана в неуказанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема работы, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению;

«3» выставляется, если основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем работы выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении;

«2» выставляется, если тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформлении работы или студентом не представлена работа.

Критерии оценки теста:

85-100% - «отлично»

70-84% - «хорошо»

51-69% - «удовлетворительно»

менее 50% - «неудовлетворительно»

Критерии оценки ситуационной задачи:

оценка **«отлично»**: ответ на вопрос задачи дан правильный. Объяснение хода ее решения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями (в т.ч. из лекционного курса), с необходимым схематическими изображениями и демонстрациями, ответы на дополнительные вопросы верные, четкие.

оценка **«хорошо»**: ответ на вопрос задачи дан правильный. Объяснение хода ее решения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании (в т.ч. из лекционного материала), в схематических изображениях, ответы на дополнительные вопросы верные, но недостаточно четкие.

оценка **«удовлетворительно»**: ответ на вопрос задачи дан правильный. Объяснение хода ее решения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием (в

т.ч. лекционным материалом), со значительными затруднениями и ошибками в схематических изображениях, ответы на дополнительные вопросы недостаточно четкие, с ошибками в деталях.

оценка «**неудовлетворительно**»: ответ на вопрос задачи дан не правильный. Объяснение хода ее решения дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч. лекционным материалом), без умения схематических изображений или с большим количеством ошибок, ответы на дополнительные вопросы неправильные или отсутствуют.

Критерии оценки устного ответа:

«отлично» – дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Могут быть допущены недочеты в определении понятии, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«хорошо» – дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

«удовлетворительно» – дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.

«неудовлетворительно» – дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятии, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

Критерии оценки доклада:

Оценки выставляются по 5-бальной шкале по каждому из критериев.

1. Актуальность темы;
2. Самостоятельность суждений, оценок и выводов, их объективность;
3. Соответствие выводов с поставленными целями и задачами исследования;
4. Наличие иллюстрационного материала;

5. Анализ источников литературы;
6. Ясность, лаконичность стиля изложения материала;
7. Умение отвечать на вопросы экспертов.

От 31 до 35 баллов – оценка 5 (отлично)

От 23 до 30 баллов – оценка 4 (хорошо)

От 15 до 22 баллов – оценка 3 (удовлетворительно)

14 баллов и менее – оценка 2 (неудовлетворительно)