

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

25 марта 2022 г.

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

основной профессиональной образовательной программы  
**43.02.10 ТУРИЗМ**

Челябинск 2022

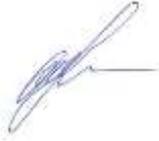
Рабочая программа учебной дисциплины ОП.ДВ.03 «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме» основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования (далее – СПО) по специальности 43.02.10 Туризм рассмотрена и одобрена на заседании Педагогического совета № 5, протокол № 5 от «24» марта 2022 г.

СОГЛАСОВАНО:

Зам. директора по НМР

Специалист по УМР

  
И.Н. Романенко  
« 24» марта 2022 г.

  
О.А. Швецова  
« 24» марта 2022 г.

Разработчик: И.В. Пызина – преподаватель Многопрофильного колледжа

Рабочая программа учебной дисциплины профессионального учебного цикла ОП.ДВ.03 «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) среднего профессионального образования (далее СПО) по специальности 43.02.10 Туризм (утв. Приказом № 474 Минобрнауки РФ 07.05.2014 г.).

# **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 обще профессиональным 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 (У1);
- работать с фирменным стилем предприятия, товарным знаком, торговой маркой (У2);
- овладеть практическими методами проведения рекламных исследований (У3);
- освоить технологию разработки рекламной кампании предприятий туризма и рассчитывать ее эффективность (У5).

**знать:**

- основные походы и нормативные акты, регулирующие сферу рекламы на территории Российской Федерации (З1);
- роль современной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций и ее задачи в социально-культурном сервисе и туризме (З2);
- особенности рекламной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме (З3);
- социально-психологические особенности рекламы (З4);
- основные средства рекламы и методы их применения (З5).

**развить способности, необходимые для формирования общих компетенций (далее ОК):**

ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой

для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5.Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК6.Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК8.Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

**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 тур агентами по реализации и продвижению туристского продукта.

## **2 СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Количество часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>75</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>50</b>
<b>Практическая подготовка</b>	<b>40</b>
в том числе:	
теоретические занятия	24
практические занятия	24
лабораторные работы	–
контрольные работы	–
дифференцированный зачет	2
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>25</b>
в том числе:	
внеаудиторная самостоятельная (домашняя) работа	25
индивидуальная учебно-научная работа (рефераты, проекты, НИРС)	–
<b>Промежуточная аттестация (итоговая по дисциплине) в форме дифференцированного зачета</b>	

## 2.2 Тематический план

Наименование разделов и тем	Максимальная учебная нагрузка (час)	Обязательная нагрузка							Самостоятельная работа		
		Всего часов	Практическая подготовка (час)	в том числе					Всего часов	в том числе	
				теоретических занятий (час)	лабораторных и/или практических занятий (час)	контрольных занятий /точек рубежного контроля (час)	курсовые работы (час)	промежуточная аттестация в форме лиц. зачёта/эссе		внеаудиторная самостоятельная работа (час)	индивидуальная учебно-методическая работа (час)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Реклама в социально-культурном сервисе и туризме</b>	<b>75</b>	<b>50</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	-	-	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	-
<b>Введение. Стартовая диагностика обучающихся</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	-	-	-	-	-	-	-
Тема 1.1 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций социально-культурного сервиса и туризма (СКСиТ)	2	2	1	2	-	-	-	-	-	-	-
Тема 1.2 История развития рекламы	2	2	1	2	-	-	-	-	-	-	-
Тема 1.3 Законодательные основы рекламы	4	2	1	2	-	-	-	-	2	2	-
Тема 1.4 Основные принципы и методы рекламной деятельности в СКСиТ	2	2	1	2	-	-	-	-	-	-	-
Тема 1.5 Социально-психологические особенности рекламы в СКСиТ	5	2	2	2	-	-	-	-	3	3	-
Тема 1.6 Рекламные исследования	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие №1. Проведение рекламных исследований	4	2	2	-	2	-	-	-	2	2	-
Практическое занятие №2. Создание рекламных обращений	4	2	2	-	2	-	-	-	2	2	-
Практическое занятие №3. Создание рекламных объявлений и текстов	4	2	2	-	2	-	-	-	2	2	-
Тема 1.7 Использование цвета в рекламе	2	2	1	2	-	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие №4. Подготовка цветовой гаммы для рекламного материала и обоснование выбора	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-

Тема 1.8 Средства распространения рекламы в СКСиТ	2	2	1	2	-	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие №5. Подбор и характеристика различных рекламных средств	4	2	2	-	2	-	-	-	2	2	-
Тема 1.9 Фирменный стиль и его составные элементы	4	2	2	2	-	-	-	-	2	2	-
Практическое занятие №6. Разработка рекламной продукции с учетом фирменного стиля предприятия	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие №7. Разработка рекламной кампании	6	2	2	-	2	-	-	-	4	4	-
Тема 1.10 Рекламные агентства и их функции	2	2	1	2	-	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие №8. Оценка эффективности рекламной деятельности	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие №9. Формирование плана рекламной кампании	4	2	2	-	2	-	-	-	2	2	-
Практическое занятие №10. Разработка плана продвижения туристского объекта в сети интернет	4	2	2	-	2	-	-	-	2	2	-
Тема 1.11 Туристские выставки и ярмарки	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие №11,12. Посещение выставки	6	4	2	-	4	-	-	-	2	2	-
Дифференцированный зачет	2	2	2	-	-	-	-	2	-	-	-
<b>Всего:</b>	<b>75</b>	<b>50</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>-</b>

### 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Реализация программы учебной дисциплины «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме» требует наличия кабинета турагентской и туроператорской деятельности

#### Оборудование и технические средства обучения:

1. Комплект компьютерного оборудования (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) – 15 шт.
2. Переносной проектор – 1 шт.
3. Переносной экран – 1 шт.
4. Колонки компьютерные – 2 шт.

#### Имущество:

1. Стол ученический (двухместный) – 10 шт.

2. Стол преподавателя – 1 шт.
3. Стул – 25 шт.
4. Доска классная – 1 шт.
5. Стеллаж – 1 шт.
6. Часы настенные – 1 шт.

### 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
<b>уметь:</b> – составлять рекламные объявления для различных предприятий социально-культурного сервиса и туризма и различных средств рекламы;	Решение профессиональных задач, кейсов Проверка внеаудиторной самостоятельной работы

<ul style="list-style-type: none"> <li>– работать с фирменным стилем предприятия, товарным знаком, торговой маркой;</li> <li>– овладеть практическими методами проведения рекламных исследований;</li> <li>– освоить технологию разработки рекламной кампании предприятий туризма и рассчитывать ее эффективность.</li> </ul>	
<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные походы и нормативные акты, регулирующие сферу рекламы на территории Российской Федерации;</li> <li>– роль современной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций и ее задачи в социально-культурном сервисе и туризме;</li> <li>– особенности рекламной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме;</li> <li>– социально-психологические особенности рекламы;</li> <li>– основные средства рекламы и методы их применения.</li> </ul>	<p>Терминологический диктант 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</p>	<p>Решение профессиональных задач, кейсов Проверка внеаудиторной самостоятельной работы Защита рефератов, докладов</p>

квалификации. ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	
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.	Решение профессиональных задач, кейсов Проверка внеаудиторной самостоятельной работы

## 4.2 Критерии оценки

### 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)

### 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 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 практических навыков:**

Оценка «отлично» ставится в том случае, если студент:

- свободно применяет полученные знания при выполнении практических заданий;
- выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий;
- в письменном отчете по работе правильно и аккуратно выполнены все записи;
- при ответах на контрольные вопросы правильно понимает их сущность, дает точное определение и истолкование основных понятий, использует специальную терминологию дисциплины, не затрудняется при ответах на видоизмененные вопросы, сопровождает ответ

примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если:

- выполнены требования к оценке «отлично», но допущены 2 – 3 недочета при выполнении практических заданий и студент может их исправить самостоятельно или при небольшой помощи преподавателя;
- в письменном отчете по работе делает незначительные ошибки;
- при ответах на контрольные вопросы не допускает серьезных ошибок, легко устраняет отдельные неточности, но затрудняется в применении знаний в новой ситуации, приведении примеров.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если:

- практическая работа выполнена не полностью, но объем выполненной части позволяет получить правильные результаты и выводы;
- в ходе выполнения работы студент продемонстрировал слабые практические навыки, были допущены ошибки;
- студент умеет применять полученные знания при решении простых задач по готовому алгоритму;
- в письменном отчете по работе допущены ошибки;
- при ответах на контрольные вопросы правильно понимает их сущность, но в ответе имеются отдельные пробелы и при самостоятельном воспроизведении материала требует дополнительных и уточняющих вопросов преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если:

- практическая работа выполнена не полностью и объем выполненной работы не позволяет сделать правильных выводов, у студента имеются лишь отдельные представления об изученном материале, большая часть материала не усвоена;
- в письменном отчете по работе допущены грубые ошибки, либо он вообще отсутствует;
- на контрольные вопросы студент не может дать ответов, так как не овладел основными знаниями и умениями в соответствии с требованиями программы.