

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

Института спорта, туризма и сервиса

О.Б. Прохорова

«*11*» *декабря* 2024 г.





**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП.ДВ.12 РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ**  
**И ТУРИЗМЕ**  
**основной профессиональной образовательной программы**  
**43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО**

Челябинск 2024

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.ДВ.12 Реклама в социально-культурном сервисе и туризме основной профессиональной образовательной программы специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.16 Туризм и гостеприимство рассмотрена и одобрена на заседании Научно-методического совета №3, протокол №3 от «21» февраля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО:

Зам. директора по УПР  
Л.П. Попкова   
«20» февраля 2024 г.

Специалист по УМР  
А.Н. Сивачёва   
«20» февраля 2024 г.

Разработчик: Н.С. Терре – преподаватель Многопрофильного колледжа

Рабочая программа вариативной учебной дисциплины общепрофессионального цикла ОП.ДВ.12 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 43.02.16 Туризм и гостеприимство (утв. Приказом Минобрнауки РФ от 12.12.2022 г., № 1100).

# 1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.ДВ.12 Реклама в социально-культурном сервисе и туризме является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

## 1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Вариативная учебная дисциплина ОП.ДВ.12 Реклама в социально-культурном сервисе и туризме относится к общепрофессиональному циклу.

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен освоить умения и знания, необходимые для формирования общих компетенций (таблица 1) и профессиональных компетенций (таблица 2).

Таблица 1 – Общие компетенции

Код и наименование общей компетенции	Знания, умения
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<b>Умения:</b> определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.
	<b>Знания:</b> номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.

ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	<b>Умения:</b> определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; презентовать бизнес-идею;
	<b>Знания:</b> содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации;
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<b>Умения:</b> организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
	<b>Знания:</b> психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<b>Умения:</b> грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
	<b>Знания:</b> особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений

Таблица 2 – Профессиональные компетенции

Код и наименование профессиональной компетенции	Показатели освоения профессиональной компетенции
ПК 1.2 Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства	<b>Умения:</b> Собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные; Формировать банки данных; Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов; Владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры; Владеть культурой межличностного общения Составлять рекламные объявления для различных предприятий социально-культурного сервиса и туризма и различных средств рекламы Овладеть практическими методами проведения рекламных исследований <b>Знания:</b> Основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных Теория межличностного и делового общения, переговоров,

	<p>конфликтологии малой группы          Основные походы и нормативные акты, регулирующие сферу рекламы на территории Российской Федерации</p>
<p>ПК 1.4 Осуществлять расчеты с потребителями за предоставленные услуги</p>	<p><b>Умения:</b>          Владеть технологией делопроизводства (ведение документации, хранение и извлечение информации);          Владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры;          Владеть культурой межличностного общения</p> <p><b>Знания:</b>          Цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги          Программное обеспечение деятельности туристских организаций          Этику делового общения          Основы делопроизводства</p>
<p>ПК 2.2 Координировать работу по реализации заказа</p>	<p><b>Умения:</b>          Работать с фирменным стилем предприятия, товарным знаком, торговой маркой          Освоить технологию разработки рекламной кампании предприятий туризма и рассчитывать ее эффективность</p> <p><b>Знания:</b>          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          Основные средства рекламы и методы их применения</p>

## 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Количество часов</b>
<b>Объем образовательной нагрузки (всего)</b>	<b>76</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>68</b>
Практическая подготовка	40
в том числе:	
теоретические занятия	30
практические занятия	34
контрольные занятия	4
курсовая работа/проект	–
дифференцированный зачет (зачет)	–
<b>Самостоятельная учебная работа обучающегося (всего)</b>	<b>–</b>
<b>Консультации</b>	<b>4</b>
<b>Экзамен</b>	<b>4</b>
<b>Промежуточная аттестация (итоговая по дисциплине) – в форме экзамена</b>	

## 2.2 Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Объем образовательной нагрузки (час)	Обязательная нагрузка						Самостоятельная учебная работа (час)	Консультации (час)	Промежуточная аттестация (итоговая по дисциплине) (час)
		Всего часов	Практическая подготовка	в том числе						
				теоретических занятий (час)	практических занятий (час)	контрольных занятий (час)	курсовая работа/проект (час)			
1	2	3	4	5	6	7	8	10	11	12
<b>2 курс (4 семестр)</b>										
<b>Введение. Стартовая диагностика обучающихся</b>	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
<b>Раздел 1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций социально-культурного сервиса и туризма (СКСиТ)</b>	12	12	6	6	6	-	-	-	-	-
Тема 1.1 История развития рекламы	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Тема 1.2 Значение рекламы в СКСиТ	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 1. Кейс-задача: взаимосвязь маркетинга и рекламной деятельности	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 2. Кейс-задача: анализ законодательных основ рекламной деятельности	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Тема 1.3 Основные принципы и методы рекламной деятельности в СКСиТ	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 3. Кейс-задача: социально-психологические особенности рекламы в СКСиТ	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
<b>Раздел 2. Рекламные исследования в социально-культурном сервисе и туризме</b>	20	20	12	8	10	2	-	-	-	-

Тема 2.1 Анализ значения рекламных исследований	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 4. Проведение рекламных исследований	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 5. Создание рекламных обращений	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 6. Создание рекламных объявлений и текстов	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Тема 2.2 Использование цвета в рекламе	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 7. Подготовка цветовой гаммы для рекламного материала и обоснование выбора	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Тема 2.3 Целевая аудитория и фокус-группа	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 8. Кейс-задача: выявление запросов потребителей	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Тема 2.4 Анализ результатов анкетирования	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Контрольная работа № 1. Разработка комплекта рекламной информации	2	2	2	-	-	2	-	-	-	-
<b>Раздел 3. Формы и методы распространения рекламы в социально-культурном сервисе и туризме</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Тема 3.1 Средства распространения рекламы в СКСиТ	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие №9. Подбор и характеристика различных рекламных средств	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Тема 3.2 Фирменный стиль и его составные элементы	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 10. Разработка рекламной продукции с учетом фирменного стиля предприятия	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Тема 3.3 Мировые гостиничные цепи: бренд и фирменный стиль	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Тема 3.4 Реклама в интернете	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 11. Разработка плана продвижения туристского объекта в сети интернет	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-



Тема 3.5 Понятие и этапы рекламной кампании	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 12. Формирование плана рекламной кампании	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Тема 3.6 Рекламные агентства и их функции	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 13. Разработка рекламной кампании	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Практическое занятие № 14. Оценка эффективности рекламной деятельности	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Практическое занятие №15. Разработка плана продвижения туристского объекта в сети интернет	2	2	2	-	2	-	-	-	-	-
Тема 3.7 Выставочная деятельность в туризме	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-
Практическое занятие №16,17. Посещение выставки	4	4	4	-	4	-	-	-	-	-
Контрольная работа № 2. Кейс-задача: разработка рекламной кампании и ее экономическое обоснование	2	2	2	-	-	2	-	-	-	-
<b>Консультации</b>	4	-	-	-	-	-	-	-	4	-
<b>Экзамен</b>	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4
<b>Итого:</b>	<b>76</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>34</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

### **3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

Освоение программы учебной дисциплины «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме» предполагает наличие мастерской «Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма)».

##### **Оборудование и технические средства обучения:**

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

##### **Имущество:**

1. Стол ученический (одноместный) – 15 шт.
2. Стул – 20 шт.
3. Стол преподавателя – 2 шт.
4. Доска классная – 1 шт.

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

##### **Основная литература:**

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940> (дата обращения: 21.03.2024).

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, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937>.

##### **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, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515319>.

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>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544084> (дата обращения: 21.03.2024).

4. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541448> (дата обращения: 21.03.2024).

5. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545354> (дата обращения: 21.03.2024).

6. 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, 2023. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516114> (дата обращения: 21.03.2024).

#### **Перечень используемого программного обеспечения:**

- 1 Microsoft Office
- 2 Microsoft Windows

#### **Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:**

1. ЭБС Электронного издания ЮРАЙТ
2. ЭБС «ЛАНЬ»

## 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины ОП.ДВ.12 Реклама в социально-культурном сервисе и туризме осуществляется преподавателем в процессе Мониторинга динамики индивидуальных достижений обучающихся по учебной дисциплине, включающего текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Тип задания	Формы и методы контроля и оценки	Проверяемые образовательные результаты
Задания для текущего контроля		
Задания для стартовой диагностики	Оценка результатов тестирования Оценка выполненных заданий Наблюдение за деятельностью обучающихся	ОК 02, ОК 05
Тестовые задания	Оценка результатов тестирования	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05
Устный / письменный опрос	Оценка ответов обучающихся	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05
Практические задания	Оценка выполненных заданий Наблюдение за деятельностью обучающихся	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ПК1.2, ПК1.4, ПК2.2
Практикоориентированные ситуационные задачи	Оценка выполнения ситуационных задач Наблюдение за деятельностью обучающихся при работе в микрогруппах	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ПК1.2, ПК1.4, ПК2.2
Тематика научно-исследовательской работы (НИР, рефераты, сообщения, презентации)	Оценка результатов защиты ИР по дисциплине, рефератов Оценивание сообщений и презентаций	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ПК1.2, ПК1.4, ПК2.2
Мини-проекты	Оценка подготовленного проекта Оценивание сообщений и презентаций	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ПК1.2, ПК1.4, ПК2.2
Контрольные работы (контрольные занятия)	Оценка результатов компьютерного тестирования (ресурс «Электронный ЮУрГУ 2.0, «Юрайт») Оценка практических заданий	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ПК1.2, ПК1.4, ПК2.2
Задания для промежуточной аттестации		
Тестовые задания	Оценка результатов тестирования	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05

Практические задания	Оценка выполненных заданий	ПК1.2, ПК1.4, ПК2.2
Защита проекта	Оценка подготовленного проекта Оценивание сообщений и презентаций	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ПК1.2, ПК1.4, ПК2.2

Текущий контроль успеваемости подразумевает регулярную объективную оценку качества освоения обучающимися содержания учебной дисциплины ОП.ДВ.12 Реклама в социально-культурном сервисе и туризме и способствует успешному овладению учебным материалом в разнообразных формах аудиторной работы, в процессе внеаудиторной подготовки и оценивает систематичность учебной работы студента.

В начале изучения дисциплины ОП.ДВ.12 Реклама в социально-культурном сервисе и туризме(в течение первых двух недель) осуществляется стартовая диагностика обучающихся. Входной контроль проводится с целью определения стартового уровня подготовки студентов, который в дальнейшем сравнивается с результатами следующих этапов мониторинга уровня достижения планируемых образовательных результатов: выстраивания индивидуальной траектории обучения на основе контроля их знаний. Результаты входного контроля являются основанием для проведения корректирующих мероприятий, а также формирования подгрупп и организации дополнительных консультаций.

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине ОП.ДВ.12 Реклама в социально-культурном сервисе и туризме осуществляется в форме экзамена.

Условием допуска к экзамену является положительная аттестация обучающихся по результатам текущего и рубежного контроля, выполнение всех заданий для внеаудиторной самостоятельной работы.

Экзамен по учебной дисциплине проводится с учетом результатов текущего и рубежного контроля на основе балльно-рейтинговой системы оценивания. Обучающийся, имеющий итоговый рейтинг от 4,5 до 5 баллов, освобождается от выполнения заданий экзаменационного билета и получает оценку «отлично». Обучающийся, имеющий рейтинг от 4,0 до 4,4 баллов, освобождается от выполнения заданий экзаменационного билета и получает оценку «хорошо», если студент претендует на оценку «отлично», проходит тестирование. При этом педагогом учитывается, что обучающийся за оцениваемый период не пропустил ни одного занятия, при определении «итоговой» оценки за семестр средневзвешенная оценка по результатам текущего контроля увеличивается на 0,5 баллов.