ОГБОУ СПО «КОСТРОМСКОЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»

УТВЕРЖДЕНА:

 Приказом директора ОГБОУ СПО

 «Костромской машиностроительный техникум»

 № 258 -0 от 05.09. 2012 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММа учебной дисциплины**

**вариативного цикла**

**Организация рекламной деятельности**

по специальность 100801 «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров» по программе базовой подготовки

с присвоением квалификации: 51 - Товаровед - эксперт

2012 г

Рабочая программа учебной дисциплины вариативного цикла «Организация рекламной деятельности» разработана на основе примерной программы и Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) **100801 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров**  по программе базовой подготовки

с присвоением квалификации: 51 - Товаровед – эксперт

Форма обучения – очная

Срок обучения 1год 10 месяцев

Организация-разработчик: ОГБОУ СПО «Костромской машиностроительный техникум»

Разработчики: Петрова Е.В. – преподаватель специальных дисциплин, высшая квалификационная категория, ОГБОУ СПО «Костромской машиностроительный техникум»

Лапшина Н.П. – преподаватель специальных дисциплин, высшая квалификационная категория, ОГБОУ СПО «Костромской машиностроительный техникум

Рассмотрено на заседании МК профессионального цикла

«\_\_\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

Председатель МК: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(ФИО)

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **стр.**  |
| **1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  | **4**  |
| **2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  | **5**  |
| **3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  | **9** |
| **4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ**  | **11** |

**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. **ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ**

**ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Организация рекламной деятельности»**

1. **Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины вариативного цикла «Организация рекламной деятельности» разработана на основе примерной программы и Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) **100801 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров**  по программе базовой подготовки

с присвоением квалификации: 51 - Товаровед – эксперт

Форма обучения – очная

Срок обучения 1год 10 месяцев

1. **Место учебной дисциплины в структуре рабочей профессиональной образовательной программы:** дисциплина входит в вариативную часть общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы по специальности Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров.
2. **Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

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

анализировать и выявлять соответствие существующей рекламы требованиям общим и специфическим, кодексу рекламной практики.

правильно подбирать эффективные рекламоносители, методы привлечения внимания к рекламе; организовать мероприятия ПР.

самостоятельно разработать и предложить эскиз рекламного текста для любого товара с учетом его специфики.

разработать эскиз товарного знака и других фирменных констант для предприятия.

оценить и выбрать целевую аудиторию для воздействия; организовать рекламную

кампанию для предприятия по проведению различных рекламных мероприятий.

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

основные термины, цели, задачи дисциплины, ее структурно-логическую схему.

поведение потребителя в рекламной среде; мотивацию потребителя; воздействие рекламы

на целевую группу; эмоциональную вовлеченность и степень привязанности к товару, который предстоит приобрести

законодательную базу рекламной деятельности, запрещенные виды рекламы, ответственность за ненадлежащую рекламу

основные рекламные средства, требования к созданию рекламных текстов, иллюстраций, рисунков, слоганов

основные принципы и правила разработки рекламных текстов, побудительные мотивы.

составляющие фирменного стиля; значение товарного знака для предприятий на современном этапе развития в условиях жесткой конкуренции

1. **Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося **69** часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **46** часов; самостоятельной работы обучающегося **23** часа.

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | ***Объем часов*** |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)**  | 69 |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)**  | 46 |
| в том числе:  |  |
| практические занятия  | 23 |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)**  | 23 |
| Итоговая аттестация в форме : Экзамена |  |
|  |  |

**Тематический план и содержание учебной дисциплины**

# **«Основы рекламной деятельности»**

# по специальности «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** *(если предусмотрены)* | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Тема 1.****Введение в предмет «Организация рекламной деятельности».** | **Содержание учебного материала** | ***2*** |  |
| Основные понятия, предмет и задачи рекламы. История возникновения и развития науки | 1 | *3* |
| **Практическая работа:** | 1 | *3* |
| **Самостоятельная работа: Доклад, сообщение****История возникновения рекламы** | *2* |  |
| **Тема 2.** **Правовое регулирование рекламной деятельности** | **Содержание учебного материала** | ***14*** |  |
| 1. Роль ФЗ «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью.
 | *1* | *2* |
| 1. Общие положения закона. Сфера применения закона
 | *1* | *2* |
| 1. Общие и специальные требования к рекламе
 | *1* | *3* |
| 1. Защита несовершеннолетних в рекламе. Кодекс рекламной практики
 | *1* | *3* |
| 1. Виды и средства рекламы. Особенности отдельных способов распространения рекламы
 | *1* | *2* |
| 1. Государственный контроль в сфере рекламы и ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе.
 | *1* | *3* |
| **Практическая работа**  | *7* | *2* |
| Зачетный урок | *1* | *3* |
| **Самостоятельная работа: подготовка докладов, рефератов по Закону «О рекламе»** | *6* | *2* |
| **Тема 3.****Социально – психологические основы рекламы** | **Содержание учебного материала** | ***6*** |  |
| 1. Рекламная информация как комплекс раздражителей. Виды раздражителей
 | *1* | *2* |
| 1. Методы воздействия рекламы на потребителя. Механизм психологического воздействия рекламы на потребителя. Типы темперамента.
 | *1* | *2* |
| 1. Механизм психологического воздействия рекламы на потребителя. Типы темперамента.
 | *1* | *2* |
| 1. Этапы психологического воздействия. Процесс восприятия рекламы. Способы реагирования на рекламу
 | *1* | *2* |
| 1. Потребительские мотивы, их классификация. Факторы, влияющие на покупку товара.
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа:** | *3* | *3* |
| **Самостоятельная работа: Доклад, сообщение****Мотивация покупки; Психология рекламы; Типы темпераментов; Влияние на покупку цвета, формы и тд** | *4* | *2* |
|  **Тема 4.****Рекламные средства** | **Содержание учебного материала** | ***4*** |  |
| 1. Понятие, виды, классификация рекламных средств.
 | *1* | *2* |
| 1. Понятие выбора рекламных средств. Требования к рекламным средствам.
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа:** | *2* | *3* |
| **Самостоятельная работа: Доклад, сообщение : Виды рекламы в г.Костроме** | *2* | *2* |
| **Тема 5.****Средства распространения рекламы** | **Содержание учебного материала** | ***4*** |  |
| 1. Характеристика средств.
 | *1* | *2* |
| 1. Назначение, применение средств.
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа:** | *2* | *3* |
| **Самостоятельная работа: Доклад, сообщение : Средства рекламы в г.Костроме** | *1* | *3* |
| **Тема 6.****Рекламная деятельность оптовых предприятий** | **Содержание учебного материала** | ***4*** |  |
| 1. Рекламная деятельность оптовых предприятий
 | *2* | *3* |
| **Практическая работа:** | *2* | *3* |
| **Самостоятельная работа: Характеристика видов рекламных м ероприятий****Разработка рекламных мероприятий.** | *1* | *2* |
|  | **Содержание учебного материала** | ***2*** |  |
| **Тема 7.****Товарные знаки** | 1. Товарные знаки
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа:** | *1* | *3* |
| **Самостоятельная работа: Доклад, сообщение, рефераты . Виды товарных знаков; Логотипы; Коллективный товарный знак и др.** | *2* | *2* |
| **Тема 8.****Рекламная компания** | **Содержание учебного материала** | ***6*** |  |
| 1. Цели проведения рекламных компаний.
 | *2* | *2* |
| 1. Паблик рилейшенз
 | *2* | *2* |
| **Практическая работа:** | *2* | *2* |
| **Самостоятельная работа:****Доклад, сообщение, рефераты .**  | *2* | *2* |
| **Тема 9.****Эффективность рекламной деятельности** | **Содержание учебного материала** | ***6*** |  |
| 1. Экономическая эффективность. Психологическая эффективность.
 | *2* | *2* |
| 1. Методы расчета экономической эффективности.
 | *2* | *3* |
| **Практическая работа** | *2* | *3* |
| **Самостоятельная работа:****Доклад, сообщение, рефераты Эффективность печатной рекламы****Эффективность теле-видио -рекламы** Экономическая эффективность. Психологическая эффективность | ***3*** | *2* |
|  | **Итоговая аттестация: Экзамен** |  | *3* |
|  | **Всего:** | *46/23* |  |

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)

# **4. условия реализации программы ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**4.1.  Требования к минимальному материально-техническому обеспечению Кабинеты:**

коммерческой деятельности;

менеджмента и маркетинга;

документационного обеспечения управления;

**Лаборатории:**

информационных технологий в профессиональной деятельности;

товароведения и экспертизы продовольственных товаров;

товароведения и экспертизы непродовольственных товаров;

логистики;

технического оснащения торговых организаций.

**Мастерские:**

учебный магазин;

учебный склад

**Оборудование учебного кабинета**

- комплект учебно-методической документации;

- наглядные пособия;

**Оборудование лабораторий и рабочих мест лабораторий:**

компьютеры,

принтер,

сканер,

модем,

проектор

программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации; прикладные компьютерные программы

# **4.2. Информационное обеспечение обучения**

**Основные источники:**

* 1. Л.П.Дашков Коммерция и технология торговли. Учебник Дашков и К °;М, 2010
	2. С.Н. Виноградова Коммерческая деятельность учебник; Высшая школа М.; 2011г
	3. Н,П.Котерова Основы маркетинга учебник Академия , М.;2011год
	4. Н.М. Мурахтанова Основы маркетинга учебное пособие Академия , М.;2011год
	5. Л.А.Брагин Торговое дело учебник ИНФРА – М М.; 2011
	6. Э.А. Арустамов Основы бизнеса учебное пособие Дашко и К °;М, 2008
	7. Н.И. Кабушкин Основы менеджмента учебное пособие ООО «Новое знание» М.; 2009
	8. Ф.Г. Панкратов Рекламная деятельность Учебник Дашков и К °;М, 2010
	9. М.А. Николаева Товароведение и организация торговли продовольственными товарами, учебник, Москва, «Академия», 2006г.
	10. М.В. Сероштан Товароведение непродовольственных товаров, учебник , Ростов-на-Дону, «МарТ», 2010г.
	11. В.А. Панасенко Товароведение непродовольственных товаров, учебник , Ростов-на-Дону, «МарТ», 2010г.
	12. А.В.Рыжакова Товароведение и экспертиза продовольственных товаров учебник, Москва, «Академия», 2006г.

**Дополнительные источники:**

* + 1. И.А. Снегирева Исследование продовольственных товаров учебное пособие М., Питер.; 2007 г
		2. В.В. Снегирева Розничный магазин М., Питер.; 2007 г
		3. С.В. Сысоева Книга директора магазина М., Питер.; 2007 г
		4. В.И. Хлебников Товароведение и экспертиза .Сборник ситуационных задач М. 2011г
	1. В.Н.Осотина Практические работы по товароведению Ростов-на-Дону, «Феникс» 2010г.

**Интернет ресурсы:**

1. [**http://learnlogistic.ru/**](http://learnlogistic.ru/) - Учебно-методический проект
2. Библиотека коммерции - http://www.finansy.ru/publ.htm
3. Административно-управленческий портал http://www.aup.ru/
4. Журнал "Рынок Ценных Бумаг" http://www.rcb.ru/
5. Библиотека экономической литературы http://business.kulichki.net/
6. Литература по экономике http://www.economka.ru/
7. Правовая система "Гарант" - электронный банк информации http://www.garant.ru
8. Kомплекс справочно-информационных систем КонсультантПлюс http://www.consultant.ru
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru/>
10. [Информационный портал по логистике, транспорту и таможне](http://www.logistic.ru)

11 [Информация по обучению и использованию логистики, как пути к успеху на транспорте, в складе, торговле, производстве, финансах](http://www.logistics.ru)

12 [Международный центр логистики ГУ ВШЭ](http://www.mclog.ru)

13 [Бизнес-инжиниринг. Современная технология управления.](http://big.spb.ru)

# **5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты** **(освоенные профессиональные компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | ***Формы и методы контроля и оценки***  |
|  **Уметь** :анализировать и выявлять соответствие существующей рекламы требованиям общим и специфическим, кодексу рекламной практики. правильно подбирать эффективные рекламоносители, методы привлечения внимания к рекламе; организовать мероприятия ПР. самостоятельно разработать и предложить эскиз рекламного текста для любого товара с учетом его специфики. разработать эскиз товарного знака и других фирменных констант для предприятия. оценить и выбрать целевую аудиторию для воздействия; организовать рекламную кампанию для предприятия по проведению различных рекламных мероприятий. ***знать*:**основные термины, цели, задачи дисциплины, ее структурно-логическую схему. поведение потребителя в рекламной среде; мотивацию потребителя; воздействие рекламы на целевую группу; эмоциональную вовлеченность и степень привязанности к товару, который предстоит приобрести законодательную базу рекламной деятельности, запрещенные виды рекламы, ответственность за ненадлежащую рекламу основные рекламные средства, требования к созданию рекламных текстов, иллюстраций, рисунков, слоганов основные принципы и правила разработки рекламных текстов, побудительные мотивы. составляющие фирменного стиля; значение товарного знака для предприятий на современном этапе развития в условиях жесткой конкуренции  | Составление рекламных текстовЗнание закона о «Рекламе»Изучение потребительского спроса Проведение анкетирования Анализ полученных данныхОформление витринРазработка товарного знакаРазработка рекламных мероприятий Расчет эффективности рекламных мероприятий | Текущий контроль в форме:- защиты практических занятий;- контрольных Фронтальный опросэкзамен. |

ОГБОУ СПО «Костромской машиностроительный техникум»

УТВЕРЖДЕНА:

Приказом директора

ОГБОУ СПО

«Костромской машиностроительный

техникум»

№559-О от 01.11.2011 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММа УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Организация рекламной деятельности**

2011г.

Рабочая программа учебной дисциплины вариативного цикла «Организация рекламной деятельности» разработана на основе примерной программы и Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО)

**080214 Операционная деятельность в логистике**

Квалификация: 51. Операционный логист

Форма обучения - очная

Организация-разработчик: ОГБОУ СПО «Костромской машиностроительный техникум»

Разработчики: Петрова Е.В. - преподаватель спец. дисциплин

 Лапшина Н.П. - преподаватель

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **стр.**  |
| 1. **ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 | **4**  |
| 1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 | **5**  |
| 1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 | **9** |
| 1. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ**
 | **11** |

**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

* 1. **ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ**

**ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Организация рекламной деятельности»**

**1.2Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины вариативного цикла «Организация рекламной деятельности» разработана на основе примерной программы и Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО)

**080214 Операционная деятельность в логистике**

Квалификация: 51. Операционный логист

Форма обучения - очная

* 1. **Место учебной дисциплины в структуре рабочей профессиональной образовательной программы:** дисциплина входит в вариативную часть общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы по специальности **080214 Операционная деятельность в логистике**
	2. **Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

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

анализировать и выявлять соответствие существующей рекламы требованиям общим и специфическим, кодексу рекламной практики.

правильно подбирать эффективные рекламоносители, методы привлечения внимания к рекламе; организовать мероприятия ПР.

самостоятельно разработать и предложить эскиз рекламного текста для любого товара с учетом его специфики.

разработать эскиз товарного знака и других фирменных констант для предприятия.

оценить и выбрать целевую аудиторию для воздействия; организовать рекламную

кампанию для предприятия по проведению различных рекламных мероприятий.

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

основные термины, цели, задачи дисциплины, ее структурно-логическую схему.

поведение потребителя в рекламной среде; мотивацию потребителя; воздействие рекламы

на целевую группу; эмоциональную вовлеченность и степень привязанности к товару, который предстоит приобрести

законодательную базу рекламной деятельности, запрещенные виды рекламы, ответственность за ненадлежащую рекламу

основные рекламные средства, требования к созданию рекламных текстов, иллюстраций, рисунков, слоганов

основные принципы и правила разработки рекламных текстов, побудительные мотивы.

составляющие фирменного стиля; значение товарного знака для предприятий на современном этапе развития в условиях жесткой конкуренции

1. **Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося **54** часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **36** часов;

 самостоятельной работы обучающегося **18** 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)**  | 54 |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)**  | 36 |
| в том числе:  |  |
| практические занятия  | 18 |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)**  | 18 |
| Итоговая аттестация в форме зачета  |  |

# **Тематический план и содержание учебной дисциплины**

# **«Основы рекламной деятельности»**

По специальности «Операционная деятельность в логистике»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** *(если предусмотрены)* | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
|  | **Содержание учебного материала** | ***2*** |  |
| **Тема 1.****Введение в предмет «организация рекламной деятельности».** | 1. Основные понятия, предмет и задачи рекламы. История возникновения и развития науки
 | 1 | *3* |
| **Практическая работа:** | 1 | *3* |
| **Самостоятельная работа: Доклад, сообщение****История возникновения рекламы** | *2* |  |
|  | **Содержание учебного материала** | ***14*** |  |
| **Тема 2.** **Правовое регулирование рекламной деятельности** | 1. Роль ФЗ «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Общие положения закона. Сфера применения закона
 | *1* | *2* |
| 1. Общие и специальные требования к рекламе
 | *1* | *3* |
| 1. Защита несовершеннолетних в рекламе
 | *1* | *3* |
| 1. Кодекс рекламной практики
 | *1* | *2* |
| 1. Виды и средства рекламы. Особенности отдельных способов распространения рекламы
 | *1* | *2* |
| 1. Государственный контроль в сфере рекламы и ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе.
 | *1* | *3* |
| 1. Зачетный урок
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа:** | *7* | *3* |
| **Самостоятельная работа: подготовка докладов, рефератов по Закону «О рекламе** | *6* | *2* |
|  | **Содержание учебного материала** | ***6*** |  |
| **Тема 3.****Социально – психологические основы рекламы** | 1. Рекламная информация как комплекс раздражителей. Виды раздражителей
 | *1* | *2* |
| 1. Методы воздействия рекламы на потребителя. Механизм психологического воздействия рекламы на потребителя. Типы темперамента.
 | *1* | *2* |
| 1. Этапы психологического воздействия. Процесс восприятия рекламы. Способы реагирования на рекламу
 | *0,5* | *2* |
| 1. Потребительские мотивы, их классификация. Факторы, влияющие на покупку товара.
 | *0,5* | *2* |
| **Практическая работа:** | *3* | *3* |
| **Самостоятельная работа: подготовка докладов, рефератов** **Психология рекламы. Влияние рекламы на психологию покупателя** | *4* | *2* |
|  | **Содержание учебного материала** | ***4*** |  |
|  **Тема 4.****Рекламные средства** | 1. Понятие, виды, классификация рекламных средств.
 | *1* | *2* |
| 1. Понятие выбора рекламных средств. Требования к рекламным средствам.
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа:** | *2* | *3* |
| **Самостоятельная работа: подготовка докладов, рефератов Характеристика видов рекламных средств** | *1* | *2* |
| **Тема 5.****Средства распространения рекламы** | **Содержание учебного материала** | ***2*** |  |
| 1. Характеристика средств. Назначение, применение средств
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа:** | *1* | *2* |
| **Самостоятельная работа: подготовка докладов, рефератов , проработка конспектов** | *1* | *3* |
| **Тема 6.****Рекламная деятельность оптовых предприятий** | **Содержание учебного материала** | ***2*** |  |
| 1. Рекламная деятельность оптовых предприятий
 | *1* | *3* |
| **Практическая работа:** | *1* | *3* |
| **Самостоятельная работа:****подготовка докладов, рефератов , проработка конспектов. Разработка рекламных мероприятий** | *1* | *2* |
| **Тема 7.****Товарные знаки** | **Содержание учебного материала** | ***2*** |  |
| 1. Товарные знаки
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа:** | *1* | *3* |
| **Самостоятельная работа: подготовка докладов, рефератов , проработка конспектов. Разработка товарных, коллективных знаков** | *1* | *2* |
| **Тема 8.****Рекламная компания** | **Содержание учебного материала** | ***2*** |  |
| 1. Рекламная компания
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа:** | *1* | *2* |
| **Самостоятельная работа: подготовка докладов, рефератов , проработка конспектов. Разработка рекламных мероприятий** | *1* | *2* |
| **Тема 9.****Эффективность рекламной деятельности** | **Содержание учебного материала** | ***2*** |  |
| 1. Эффективность рекламной деятельности
 | *1* | *2* |
| **Практическая работа** | *1* | *3* |
| **Самостоятельная работа:** **Доклад, сообщение, рефераты Эффективность печатной рекламы****Эффективность теле-видио -рекламы** Экономическая эффективность. Психологическая эффективность | *1* | *2* |
|  | **Итоговая аттестация: зачет** |  |  |
|  | **Всего:** | *36/18* |  |

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)

# **4. условия реализации программы ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**4.1.  Требования к минимальному материально-техническому обеспечению Кабинеты:**

коммерческой деятельности;

менеджмента и маркетинга;

документационного обеспечения управления;

**Лаборатории:**

информационных технологий в профессиональной деятельности;

товароведения и экспертизы продовольственных товаров;

товароведения и экспертизы непродовольственных товаров;

логистики;

технического оснащения торговых организаций.

**Мастерские:**

учебный магазин;

учебный склад

**Оборудование учебного кабинета**

- комплект учебно-методической документации;

- наглядные пособия;

**Оборудование лабораторий и рабочих мест лабораторий:**

компьютеры,

принтер,

сканер,

модем,

проектор

программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации; прикладные компьютерные программы

# **4.2. Информационное обеспечение обучения**

**Основные источники:**

1. Л.П.Дашков Коммерция и технология торговли. Учебник Дашков и К °;М, 2010

1. С.Н. Виноградова Коммерческая деятельность учебник; Высшая школа М.; 2011г
2. Н,П.Котерова Основы маркетинга учебник Академия , М.;2011год
3. Н.М. Мурахтанова Основы маркетинга учебное пособие Академия , М.;2011год
4. Л.А.Брагин Торговое дело учебник ИНФРА – М М.; 2011
5. Э.А. Арустамов Основы бизнеса учебное пособие Дашко и К °;М, 2008
6. Н.И. Кабушкин Основы менеджмента учебное пособие ООО «Новое знание» М.; 2009
7. Ф.Г. Панкратов Рекламная деятельность Учебник Дашков и К °;М, 2010
	1. М.А. Николаева Товароведение и организация торговли продовольственными товарами, учебник, Москва, «Академия», 2006г.
	2. М.В. Сероштан Товароведение непродовольственных товаров, учебник , Ростов-на-Дону, «МарТ», 2010г.
	3. В.А. Панасенко Товароведение непродовольственных товаров, учебник , Ростов-на-Дону, «МарТ», 2010г.
8. А.В.Рыжакова Товароведение и экспертиза продовольственных товаров учебник, Москва, «Академия», 2006г.

**Дополнительные источники:**

* + 1. И.А. Снегирева Исследование продовольственных товаров учебное пособие М., Питер.; 2007 г
		2. В.В. Снегирева Розничный магазин М., Питер.; 2007 г
		3. С.В. Сысоева Книга директора магазина М., Питер.; 2007 г
		4. В.И. Хлебников Товароведение и экспертиза .Сборник ситуационных задач М. 2011г
	1. В.Н.Осотина Практические работы по товароведению Ростов-на-Дону, «Феникс» 2010г.

**Интернет ресурсы:**

1. [**http://learnlogistic.ru/**](http://learnlogistic.ru/) - Учебно-методический проект
2. Библиотека коммерции - http://www.finansy.ru/publ.htm
3. Административно-управленческий портал http://www.aup.ru/
4. Журнал "Рынок Ценных Бумаг" http://www.rcb.ru/
5. Библиотека экономической литературы http://business.kulichki.net/
6. Литература по экономике http://www.economka.ru/
7. Правовая система "Гарант" - электронный банк информации http://www.garant.ru
8. Kомплекс справочно-информационных систем КонсультантПлюс http://www.consultant.ru
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru/>
10. [Информационный портал по логистике, транспорту и таможне](http://www.logistic.ru)

11 [Информация по обучению и использованию логистики, как пути к успеху на транспорте, в складе, торговле, производстве, финансах](http://www.logistics.ru)

12 [Международный центр логистики ГУ ВШЭ](http://www.mclog.ru)

13 [Бизнес-инжиниринг. Современная технология управления.](http://big.spb.ru)

# **5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты** **(освоенные профессиональные компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | ***Формы и методы контроля и оценки***  |
|  **Уметь** :анализировать и выявлять соответствие существующей рекламы требованиям общим и специфическим, кодексу рекламной практики. правильно подбирать эффективные рекламоносители, методы привлечения внимания к рекламе; организовать мероприятия ПР. самостоятельно разработать и предложить эскиз рекламного текста для любого товара с учетом его специфики. разработать эскиз товарного знака и других фирменных констант для предприятия. оценить и выбрать целевую аудиторию для воздействия; организовать рекламную кампанию для предприятия по проведению различных рекламных мероприятий. ***знать*:**основные термины, цели, задачи дисциплины, ее структурно-логическую схему. поведение потребителя в рекламной среде; мотивацию потребителя; воздействие рекламы на целевую группу; эмоциональную вовлеченность и степень привязанности к товару, который предстоит приобрести законодательную базу рекламной деятельности, запрещенные виды рекламы, ответственность за ненадлежащую рекламу основные рекламные средства, требования к созданию рекламных текстов, иллюстраций, рисунков, слоганов основные принципы и правила разработки рекламных текстов, побудительные мотивы. составляющие фирменного стиля; значение товарного знака для предприятий на современном этапе развития в условиях жесткой конкуренции  | Составление рекламных текстовЗнание закона о «Рекламе»Изучение потребительского спроса Проведение анкетирования Анализ полученных данныхОформление витринРазработка товарного знакаРазработка рекламных мероприятий Расчет эффективности рекламных мероприятий | Текущий контроль в форме:- защиты практических занятий;- контрольных Фронтальный опросЗачет |