

ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ЛИЦЕЙ»

Рассмотрено
на методической комиссии
преподавателей и мастеров
производственного обучения
по профессиям «Повар,
кондитер», «Продавец,
контролёр-кассир»
протокол № 10
от «15» июня 2023 г.

Руководитель МК
Черемисина С.А.

Согласовано
Зам.директора по ТО ОГПОБУ
«Многопрофильный лицей»
Федорева Н.Н.
«20» июня 2023 г.

Утверждаю
Директор ОГПОБУ
«Многопрофильный лицей»
Королёв А.Г.
«20» июня 2023 г.

ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ЛИЦЕЙ»

Рабочая программа

Образовательная область: А. Обязательное обучение
О.00. Общеобразовательная подготовка
1.3. Предлагаемые образовательной
организацией дисциплины

Дисциплина: ПОО.26. Основы рекламной деятельности

Разработчик: Петухова Е.А., преподаватель ОГПОБУ
«Многопрофильный лицей»

Место разработки программы: с.Амурзет, 2023 г.

Программа учебной дисциплины «Основы рекламной деятельности» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по программе подготовки квалифицированных рабочих, служащих по профессии 38.01.02 «Продавец, контролер – кассир»

Организация-разработчик: ОГПОБУ «Многопрофильный лицей»

Разработчик: Петухова Екатерина Анатольевна, преподаватель ОГПОБУ «Многопрофильный лицей»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».....	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».....	18

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины «Основы рекламной деятельности» является частью образовательной программы среднего профессионального образования по программе подготовки квалифицированных рабочих, служащих, разработана в соответствии с ФГОС СПО по профессии 38.01.02 «Продавец, контролер - кассир»

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОП СПО по ППКРС:

А. Обязательное обучение

О.00. Общеобразовательная подготовка

1.3. Предлагаемые образовательной организацией дисциплины.

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

Предметом изучения рабочей программы учебной дисциплины «Основы рекламной деятельности» является совокупность средств, методов и способов распространения информации в сфере торговли с целью привлечения внимания потенциальных потребителей к объекту рекламирования.

Объект изучения - предприятия оптовой и розничной торговли.

Освоив программу учебной дисциплины, будущие работники торгового дела должны:

знать:

- основные виды маркетинговых коммуникаций;
- место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, ее отличительные особенности;
- средства рекламы, используемые в торговле, технологию их использования, степень психологического воздействия рекламных средств на людей, эффективность их применения в зависимости от конкретных условий деятельности и объекта рекламирования;
- методы и способы психологического, эмоционального и интеллектуального воздействия на людей;

уметь:

- создать привлекательный рекламный образ или имидж рекламируемого объекта;
- анализировать рекламу торгового предприятия с точки зрения ее эффективности;
- формировать уникальное торговое предложение для клиента;

- налаживать контакты с партнерами по бизнесу и средствами массовой информации;
- осуществлять выбор средств рекламы;
- организовать рекламную кампанию;
- прогнозировать результаты рекламной кампании и рекламной деятельности в целом;

владеть:

- навыками разработки и создания рекламы;
- методами организации контроля за ходом рекламной деятельности;
- навыками обеспечения рационального использования финансовых средств на рекламу;
- методами оценки эффективности рекламной деятельности торговой компании.

В результате освоения рабочей программы учебной дисциплины «Основы рекламной деятельности», обучающийся должен овладеть следующими общими компетенциями (ОК), профессиональными компетенциями (ПК) и личностными результатами (ЛР):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов её достижения, определённых руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

ОК 4. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 7. Соблюдать правила реализации товаров в соответствии с действующими санитарными нормами и правилами, стандартами и Правилами продажи товаров.

ПК 1.2. Осуществлять подготовку, размещение товаров в торговом зале и выкладку на торгово-технологическом оборудовании.

ЛР 2. Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 4. Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в

сетевой среде лично и профессионально конструктивно «цифрового следа».

ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности

ЛР 13. Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: активный, проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий и сотрудничающий с коллективом, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.

ЛР 15. Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику.

ЛР 17. Содействующий поддержанию престижа своей профессии, отрасли и образовательной организации.

ЛР 19. Управляющий собственным профессиональным развитием, рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности, признающий ценность непрерывного образования,

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями

ЛР 32. Осознанный выбор будущей профессии как путь реализации собственных жизненных планов

ЛР 35. Способный к самообслуживанию, включая выполнение обязанностей

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса

ЛР 37. Сохранение традиций и поддержание престижа ОГПОБУ «Многопрофильный лицей»

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 96 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 67 часов,

в том числе:

лекций, уроков – 41 часов;

контрольные работы (итоговые контрольные работы – 13 часов, практических занятий - 13 часов.

Самостоятельной внеаудиторной работы обучающегося - 29 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

2.1. Объем программы дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	96
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	67
в том числе:	
лекции, уроки	41
практические занятия	13
контрольный тест	13
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	29
Форма итоговой аттестации: дифференцированный зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы рекламной деятельности»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) <i>(если предусмотрены)</i>	Объем часов	Уровень освоения	Формируемые ОК, ПК, ЛР
1	2	3	4	5
Раздел 1. Теоретические и практические основы рекламной деятельности в торговле				
Тема 1. Основные понятия рекламной деятельности	Содержание учебного материала			ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Особенности рекламной деятельности в торговле. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Классификация видов рекламы.	2	1	
	Практическая работа по теме 1. Основные понятия рекламной деятельности	1	2	
	Контрольный тест по теме: Основные понятия рекламной деятельности	1	3	
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение источников и конспектирование материала в рабочую тетрадь по пунктам: - Особенности рекламной деятельности в торговле; - Классификация видов рекламы.	3	3	
Тема 2. История рекламной деятельности в торговле	Содержание учебного материала			ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	История рекламной деятельности в России и за рубежом.	2	1	
	Практическая работа по теме 2. История рекламной деятельности в торговле	1	2	
	Контрольный тест по теме: История рекламной деятельности в торговле	1	3	
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка сообщения: «Особенности рекламной деятельности за рубежом»	4	3	
Тема 3. Государственное регулирование рекламы	Содержание учебного материала			ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Критика рекламы. Правовой и добровольный контроль рекламной деятельности. Государственное регулирование рекламной деятельности. Общие вопросы регулирования рекламной деятельности в России.	3	1	
	Закон РФ «О рекламе». Требования к рекламе. Товарные знаки. Основные запреты и ограничения. Добровольное (негосударственное) регулирование рекламной деятельности.	3		

	Практическая работа по теме 3. Государственное регулирование рекламы	1	2	
	Контрольный тест по теме: Государственное регулирование рекламы	1	3	
	Самостоятельная работа обучающихся: Работа с ФЗ РФ «О рекламе»	4	3	
Тема 4. Особенности функционирования рынка рекламных услуг	Содержание учебного материала			ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Понятие «рекламные услуги». Субъекты рынка рекламных услуг. Особенности взаимодействия субъектов на национальном и региональном рынках. Состояние и тенденции развития рынка рекламных услуг	3	1	
	Практическая работа по теме 4. Особенности функционирования рынка рекламных услуг	1	2	
	Контрольный тест по теме: Особенности функционирования рынка рекламных услуг	1	3	
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение источников и конспектирование материала в рабочую тетрадь по пунктам: - Понятие «рекламные услуги». - Субъекты рынка рекламных услуг. - Особенности взаимодействия субъектов на национальном и региональном рынках. - Состояние и тенденции развития рынка рекламных услуг	4	3	
Тема 5. Правовое регулирование рекламной деятельности	Содержание учебного материала			ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Регулирование рекламной деятельности на федеральном уровне. Регулирование рекламной деятельности на местном уровне (ЕАО)	2	1	
	Практическое занятие по теме 4. Правовое регулирование рекламной деятельности	1	2	
	Контрольный тест по теме: Правовое регулирование рекламной деятельности	1	3	
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение источников и конспектирование материала в рабочую тетрадь по пунктам: - Нормативно – правовая база по регулированию рекламной деятельности в России.	3	3	
Раздел 2. Организация рекламной деятельности в торговле				
Тема 6. Основы формирования	Содержание учебного материала			ОК 1-7, ПК 1.2,
	Организационные функции компании, управляющей рекламной	2	1	

элементов рекламного процесса	деятельностью. Основные участники рекламного процесса. Этапы организации рекламной работы.			ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Практическая работа по теме 6. Основы формирования элементов рекламного процесса	1	2	
	Контрольный тест по теме: Основы формирования элементов рекламного процесса	1	3	
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение источников и конспектирование материала в рабочую тетрадь по пунктам: -Участники рекламного процесса; - Этапы организации рекламной работы.	3	3	
Тема 7. Рекламные стратегии	Содержание учебного материала			ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Понятия рекламная стратегия и рекламные идеи. Стратегии рационалистического и проекционного типа: достоинства и недостатки. Стратегии позиционирования. Виды и стратегии проекционного типа.	3	1	
	Практическая работа по теме 7. Рекламные стратегии	1	2	
	Контрольный тест по теме: Рекламные стратегии	1	3	
	Самостоятельная работа обучающихся: Составить схему разработки рекламной стратегии.	2	3	
Раздел 8. Организация и участники рекламного процесса.	Содержание учебного материала			ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Участники рекламного процесса (рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, рекламные агентства, рекламополучатель, потребители рекламы, вспомогательные участники, посредники, контактные аудитории, исследовательские аудитории) и их функции. Внутренняя и внешняя рекламная среда.	3	1	
	Средства массовой информации. Функции СМИ как участников рекламного процесса. Особенности СМИ как товара. Потребительская аудитория. Мотивация потребительского поведения. Представления потребителей и реклама. Поведение потребителей. Сегментация потребителей рекламного рынка. Выбор целевого рынка рекламы. Целевая аудитория рекламы. Организационная структура рекламной службы (отдела) рекламодателя. Эффективность рекламной деятельности рекламодателя. Условия сотрудничества рекламодателя и рекламного агентства. Классификация рекламных агентств. Маркетинговые составляющие деятельности рекламного	3	1	

	агентства.			
	Практическая работа по теме 8. Организация и участники рекламного процесса.	1	2	
	Контрольный тест по теме: Организация и участники рекламного процесса	1	3	
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка доклада на тему: «Работа рекламного агента».	4	3	
Тема 9. Выбор средств рекламы	Содержание учебного материала	3	1	ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Классификация средств рекламы. Факторы, оказывающие влияние на выбор средств рекламы. Преимущества и недостатки основных средств рекламы.			
	Практическая работа по теме 9. Выбор средств рекламы.	1	2	
	Контрольный тест по теме: Выбор средств рекламы.	1	3	
Тема 10. Особенности использования некоторых средств рекламы в торговле	Содержание учебного материала	4	1	ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Использование средств телевизионной рекламы. Применение средств радиорекламы. Использование средств рекламы в прессе. Средства наружной рекламы. Использование средств интернет-рекламы. Печатная реклама в торговле. Использование средств внутренней рекламы. Сувенирная реклама в торговле.			
	Практическая работа по теме 10. Особенности использования средств рекламы в торговле.	1	2	
	Контрольный тест по теме: Особенности использования средств рекламы в торговле.	1	3	
	Самостоятельная работа обучающихся: - Написание сценария ТВ- рекламы.	2	3	
Тема 11. Медиапланирование	Содержание учебного материала	2	1	ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32,
	Общие понятия медиапланирования. Основные показатели медиаплана. Этапы медиапланирования.			
	Практическая работа по теме 11. Медиапланирование	1	2	

	Контрольный тест по теме: Медиапланирование		1	3	ЛР 35, ЛР 37
Тема 12. Язык рекламы	Содержание учебного материала		2	1	ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Алгоритм рекламного текста. Структура и функции рекламного текста. Рекомендации по подготовке качественного рекламного текста. Основные элементы удержания внимания целевой группы. Выразительные средства речи в рекламе.				
	Практическая работа по теме 12. Язык рекламы.		1	2-3	
	Контрольный тест по теме: Язык рекламы.		1		
Тема 13. Реклама как форма коммуникации: рекламная компания и эффекты рекламной коммуникации	Содержание учебного материала		3	1	ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	Эффективность рекламной коммуникации. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения. Оценка экономической эффективности вложений в рекламу и маркетинговые коммуникации. Эффективность рекламной компании.				
	Практическая работа по теме 12. Реклама как форма коммуникации: рекламная компания и эффекты рекламной коммуникации.		1	2	
	Контрольный тест по теме: Реклама как форма коммуникации: рекламная компания и эффекты рекламной коммуникации.		1	3	
Дифференцированный зачёт			1	3	ОК 1-7, ПК 1.2, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
Всего за курс дисциплины			96 в т.ч. СР29+ТО41+ПЗ26		
Воспитательная работа					
Наименование модуля	Наименование мероприятий				Формируемые ОК, ПК, ЛР
Направление воспитательной работы: профессиональное воспитание					
«Учебная дисциплина»	1 сентября	День знаний – торжественная линейка			ОК 1-7, ПК 1.2,
	В течение	Участие в онлайн-конкурсах, олимпиадах, викторинах по профилю обучения			

	учебного года	Экскурсии на профильные предприятия района	ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 17, ЛР 19, ЛР 32, ЛР 35, ЛР 37
	ноябрь	Круглый стол «Встречи с интересными людьми»	
	апрель	Конкурсная неделя по профессии «Продавец, контролер-кассир»	
	В течение учебного года	Проведение рейтинга успеваемости обучающихся	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета

«Организации и технологии розничной торговли»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся,
- рабочее место преподавателя,
- компьютер с лицензионным программным обеспечением и выходом в интернет,
- мультимедиапроектор,
- экран,
- плакаты,
- схемы,
- презентации.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

а) основная литература

1. Антипов, К. В. Реклама как отрасль. Рекламные рынки [Текст] / К. В. Антипов
// Реклама. Теория и практика. - 2010. - № 3. - С. 130-137
2. Бухтерева, О. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] учеб. пособие для вузов по спец. «Соц.-культ. сервис и туризм»: / О. С. Бухтерева. - М.: Дашков и К, 2009. - 208 с.
3. Горленко, О. Регулирование рекламной деятельности в России и за рубежом [Электронный ресурс] / О. Горленко // МЭиМО. - 2012. - № 3. - С. 29-33
4. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности [Текст] учеб. пособие для вузов по спец. «Маркетинг», «Экономика и упр. нар. хоз-вом» : / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 351 с.
5. Музыкант, В. Л. Реклама [Текст]: учеб. Пособие для вузов по спец. «Реклама» и «Маркетинг» / В. Л. Музыкант. - М.: РИОР [и др.], 2011. - 198 с.

6. Поляков, В. А. Рекламный менеджмент [Текст]: учеб. пособие для вузов по направл. «Статистика» и др. экон. спец. (Бакалавр) / В. А. Поляков, А. А. Романов. - М.: Курс [и др.], 2012. - 351 с.
7. Пономарева, А. М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности [Текст] учеб.-метод. пособие: / А. М. Пономарева. - М.: Финансы и статистика [и др.], 2008. - 191 с.
8. Ромат, Е. В. Реклама [Электронный ресурс]: учеб. для экон. вузов / Е. В. Ромат. - СПб.: Питер, 2008. - 512 с.
9. Скворцова А.Н. учеб. пособие / А.Н. Скворцова, Е.В. Логинова, Д.В. Чернова. - Электрон. дан. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2018. - 1 электрон. опт. диск. - Систем. требования: процессор Intel с тактовой частотой 1,3 ГГц и выше; 256 Мб ОЗУ и более; MS Windows XP/Vista/7/10; Adobe Reader; разрешение экрана 1024 768; привод CD-ROM. - Загл. с титул. экрана. - № гос. регистрации: 0321900386.
10. Толкачев, А. Н. Реклама и рекламная деятельность в России. Закон и практика [Текст] / А. Н. Толкачев. - М.: ЭКСМО, 2008. - 366 с.
11. Шефина, А. Н. Четыре шага к увеличению продаж с помощью рекламы [Текст] / А. Н. Шефина // Маркетинг в России и за рубежом. - 2011. - № 4. - С. 18-23. - М.: Финпресс, 2011

б) дополнительная литература

11. Васильев, Г. А. Основы рекламы [Текст] учеб. пособие для вузов по направл. «Экономика», «Коммерция», «Менеджмент»: / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 718 с.
12. Годин, А. М. Маркетинг [Текст] учеб. для экон. спец. вузов : / А. М. Годин. - М.: Дашков и К, 2007. - 756 с. : ил.
13. Головлева, Е. Л. Основы рекламы [Текст] учеб. пособие для вузов по спец. «Реклама» : / Е. Л. Головлева. - Ростов н/Д.: Феникс, 2006. - 271 с.
14. Гольман, И. А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация [Текст] учеб. для вузов по спец. «Реклама» : / И. А. Гольман. - М.: Гелла-принт, 2002. - 389 с.
15. Гольман, И. А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация [Текст] учеб. для вузов по спец. «Реклама» : / И. А. Гольман. - М.: Гелла-принт, 2002. - 389 с.
16. Исаенко, Е. В. Организация и планирование рекламной деятельности [Текст] учеб. пособие для вузов : / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 252 с.
17. Основы рекламы [Текст] учеб. для вузов по спец. «Реклама» : / Ю. С. Бернадская, Л. М. Дмитриева, Т. А. Костылева [и др.] : под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 351 с.
18. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность [Текст] учеб. для экон. спец. вузов : / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. К. Шахурин. - М.: Дашков и К, 2005. - 525 с.

19. Рекламная деятельность [Текст] учеб. для вузов : / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина [и др.]. - М.: Дашков и К, 2003. - 364 с
20. Хапенков, В. Н. Организация рекламной деятельности [Текст] учеб. пособие для нач. проф. образования : / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Д. В. Федюнин. - М.: Академия, 2007. - 234 с.
21. Щепилов К. В. Медиаисследования и медиапланирование. – М.: «РИП-холдинг», 2004. – 222 с
22. Эффективность рекламы [Текст] учеб. пособие : / Е. Н. Гутюк, О. Н. Наумова, Е. Г. Пипко [и др.] : Моск. гос. ун-т сервиса, Поволж. технол. ин-т сервиса. - Тольятти: МГУС ПТИС, 2002. - 168 с.

в) программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий и Интернет-ресурсы

23. Журнал для потребителей «СПРОС» [Электронный ресурс]. На данном сайте представлено большое количество национальных стандартов и других документов по стандартизации в РФ

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Контроль и оценка результатов освоения программы факультатива осуществляются преподавателем в процессе проведения практических занятий, контрольного тестирования.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Проверяемые умения:	
составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей и целесообразности, организовывать рекламные акции, оценивать их эффективность; применять действующее законодательство в профессиональной деятельности по направлению торговое дело.	Практические работы, учебные экскурсии, контрольный тест, самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся, дифференцированный зачёт.

Оценка личностных результатов (ЛР), формируемых в части воспитательной работы с обучающимися соотнесенная с критериями оценивания (КО) в соответствии с программой воспитания:

Код и наименование личностных результатов реализации программы воспитания	Критерии оценивания (КО)	Виды процедуры оценивания	Значения оценки
ЛР 4. Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».	КО 01. Демонстрация интереса к будущей профессии. КО 22. Проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной, навыков отбора	- стандартизированные опросники - оценочные листы - участие в мероприятиях	- количество обучающихся, участвующих во внутренних лицейских, региональных всероссийских и международных олимпиадах, конкурсах профессионального мастерства, командных проектах; - доля обучающихся-участников научно-практических конференций, форумов,

	<p>и</p> <p>критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве.</p> <p>КО 06. Участие в исследовательской и проектной работе</p> <p>исследовательской и проектной.</p> <p>КО 23. Участие в конкурсах профессионального мастерства, командных проектах.</p>		<p>фестивалей;</p>
<p>ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.</p>	<p>КО16.</p> <p>Отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве.</p> <p>КО 08.</p> <p>Соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателям</p>	<p>- психологическое исследование</p> <p>- стандартизированные опросники</p>	<p>- количество обращений по конфликтным ситуациям;</p> <p>- доля обучающихся, состоящих на разных видах учета;</p>

	и, мастерами и руководителями практики. КО 10. Демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа.		
ЛР 13. Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: активный, проектно- мыслящий, эффективно взаимодействующий и сотрудничающий с коллективом, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.	КО 05. Проявление высокопрофесси ональной трудовой активности. КО 10. Демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа. КО 23. Участие в конкурсах профессиональн ого мастерства и в командных проектах.	- самооценка событий участия в конкурсных неделях профессионал ьной направленнос ти - позитивное отношение к участию в областных, региональных и международн ых олимпиадах, конкурсах, - участие в мероприятиях	- доля студентов, принявших участие в конкурсных неделях по профессии; - количество обучающихся, участвующих во внутренних лицейских, областных, региональных и всероссийских и международных олимпиадах, конкурсах профессионального мастерства, - доля обучающихся лица, охваченных мероприятиями по профессиональному самоопределению;

<p>ЛР 15. Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику.</p>	<p>КО 14. Проявление правовой активности и навыков правомерного поведения.</p> <p>КО 23. Участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах.</p> <p>КО 24. Проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности.</p>	<p>- оценочные листы</p> <p>- психологические исследования</p> <p>- участие в мероприятиях</p>	<p>- доля студентов, принявших участие в конкурсах, олимпиадах по направлению «Предпринимательство», «Финансовая грамотность»;</p> <p>- количество обучающихся, открывших малый бизнес;</p> <p>- количество обучающихся, участвующих в региональных олимпиадах, конкурсах профессионального мастерства;</p>
<p>ЛР 17. Содействующий поддержанию престижа своей профессии, отрасли и образовательной организации.</p>	<p>КО 05. Проявление высокопрофессиональной трудовой активности.</p> <p>КО 09. Конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде.</p> <p>КО 23. Участие</p>	<p>- оценочные листы</p> <p>- самооценка событий олимпиадах, конкурсах профессионального</p> <p>- мониторинг участников</p>	<p>- количество обучающихся, участвующих во внутренних лицейских, областных, региональных, всероссийских и международных олимпиадах, конкурсах профессионального мастерства;</p> <p>- доля обучающихся лицея, охваченных мероприятиями по</p>

	<p>в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах.</p> <p>КО 04. Ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности</p>	<p>конкурсов и соревнований</p>	<p>профессиональному самоопределению;</p> <p>- доля обучающихся-участников научно-практических конференций, форумов, фестивалей;</p>
<p>ЛР 19. Управляющий собственным профессиональным развитием, рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности, признающий ценность непрерывного образования,</p>	<p>КО 05. Проявление высокопрофессиональной трудовой активности</p> <p>КО 14. Проявление правовой активности и навыков правомерного поведения.</p> <p>КО 23. Участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах.</p> <p>КО 24. Проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а</p>	<p>- оценочные листы</p> <p>- психологические исследования</p> <p>- участие в мероприятиях</p>	<p>- доля студентов, принявших участие в конкурсах, олимпиадах по направлению «Предпринимательство», «Финансовая грамотность»;</p> <p>- количество обучающихся, открывших малый бизнес;</p> <p>- количество обучающихся, участвующих в региональных олимпиадах, конкурсах профессионального мастерства;</p> <p>- численность участников регионального чемпионата WS, в том числе – World Skills Russia Juniors;</p>

	<p>также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - доля студентов, планирующих дальнейшее обучение в вузах по профессиональной направленности; - доля студентов, трудоустроенных по окончании обучения в лицее; - доля студентов, поступивших в вуз по окончании обучения в лицее; - доля студентов, прошедших обучения по профессиональным программам в лицее
<p>ЛР 21. Самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности, готовый к исполнению разнообразных социальных ролей, востребованных бизнесом, обществом и государством</p>	<p>КО 05. Проявление высокопрофессиональной трудовой активности</p> <p>КО 14. Проявление правовой активности и навыков правомерного поведения.</p> <p>КО 23. Участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах.</p> <p>КО 24. Проявление экономической и</p>	<p>- оценочные листы</p> <p>- психологические исследования</p> <p>- участие в мероприятиях</p>	<ul style="list-style-type: none"> - доля студентов, принявших участие в конкурсах, олимпиадах по направлению «Предпринимательство», «Финансовая грамотность»; - количество обучающихся, открывших малый бизнес; - количество обучающихся, участвующих в региональных олимпиадах, конкурсах профессионального мастерства; - численность участников

	<p>финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности.</p>	<p>регионального чемпионата WS, в том числе – World Skills Russia Juniors;</p> <ul style="list-style-type: none"> - доля студентов, планирующих дальнейшее обучение в вузах по профессиональной направленности; - доля студентов, трудоустроенных по окончании обучения в лицее; - доля студентов, поступивших в вуз по окончании обучения в лицее; - доля студентов, прошедших обучения по профессиональным программам в лицее
--	--	---

