

Министерство образования и науки Республики Бурятия
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Среднего профессионального образования Республики Бурятия
«Республиканский межотраслевой техникум»

РАССМОТРЕНО
И ОДОБРЕНО
На заседании МС

Председатель МС

Ивакина Н.В. _____

Протокол __ от «__» 2015г

СОГЛАСОВАНО

Зам.директора по УВР

Костромина Н.А. _____

от «__» _____ 2015г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГАОУ СПО РБ «РМТ»

Киреев В.Ю. _____

от «__» _____ 2015г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Торговая реклама

Профессия/специальность: Продавец

Разработчик программы:

с. Новоильинск .

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	5

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа является частью программы дополнительной профессиональной подготовки в соответствии с ФГОС по профессии Продавец, входящей в укрупненную группу профессий 100000 Сфера обслуживания.

Рабочая программа может быть использована в профессиональной подготовке рабочих в области сферы обслуживания по профессиям:

- 12721 - кассир торгового зала
- 12965 - контролер-кассир
- 17351 - продавец непродовольственных товаров
- 17353 - продавец продовольственных товаров

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в общепрофессиональный цикл.

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

В результате освоения программы обучающийся должен уметь:

- различать виды рекламы, применять в практической деятельности формы и методы рекламного воздействия;
- определять цели рекламы в предприятии, подбирать и эффективно использовать в соответствии с целями рекламные средства, разрабатывать эскизы и макеты рекламных средств;
- использовать средства внутримагазинной рекламы на торговом предприятии, оформлять рекламные ценники, рекламную выкладку на торговом оборудовании и в витринах;
- рассчитывать показатели экономической эффективности рекламы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- понятие, сущность и задачи рекламы;
- рекламные средства и их применение;
- организацию рекламы в магазине;
- эффективность рекламной деятельности.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 10 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Тематический план

№ п/п	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Практика	
			Учебная, часов	Производственная, часов (если предусмотрена)

				<i>распределенная практика)</i>
1	2	3	4	5
1.	Раздел 1.История развития рекламы: от древнейших времен до наших дней	2	-	-
2.	Раздел 2. Реклама в коммерческой деятельности.	4	-	-
3.	Раздел 3. Имажитивная реклама	2	-	-
4.	Раздел 4. Наружная реклама.	1	-	-
5.	Раздел 5. Реклама на торговых предприятиях.	1	-	-
	<i>Всего:</i>	<i>10</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

2.2. Содержание рабочей программы

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. История развития рекламы: от древнейших времен до наших дней		2
Тема 1.1. Возникновение рекламы. Современная реклама.	Содержание учебного материала	1
	1. Реклама в России 19 – 20 века. Западноевропейская и американская реклама. Развитие рекламного рынка в России. Российская и советская реклама.	
	Практическая работа (не предусмотрена)	-
	Самостоятельная работа (не предусмотрена)	-
Тема 2.1. Понятие, сущность и задачи рекламы.	Содержание учебного материала	1
	1. Понятие, сущность и задачи рекламы. Требования к современной рекламе.	
	2. Социально – психологические основы рекламы. Процесс воздействия и восприятия рекламы.	
	Практическая работа (не предусмотрена)	-
	Самостоятельная работа (не предусмотрена)	-
Раздел 2. Реклама в коммерческой деятельности.		4
Тема 2.1. Реклама в коммерческой деятельности и государственный контроль.	Содержание учебного материала	2
	1. Правовое регулирование рекламной деятельности и государственный контроль.	
	Практическая работа (не предусмотрена)	-
	Самостоятельная работа (не предусмотрена)	-
Тема 2.2. Средства современной рекламы и их характеристика.	Содержание учебного материала	2
	1. Основные признаки классификации средств рекламы. Основные элементы рекламных средств, требования предъявляемые к ним. Выбор рекламных средств.	
	2. Особенности рекламы отдельных видов товаров. Определение эффективности рекламной деятельности	
	Практическая работа (не предусмотрена)	-
	Самостоятельная работа (не предусмотрена)	-
Раздел 3. Имажитивная реклама		2
Тема 3.1. Виды и характеристика имажитивной рекламы.	Содержание учебного материала	2
	1. Использование психоанализа и бессознательных мотивов потребителей. Рекламный заголовок, слоган. Радиореклама. Телереклама. Печатная реклама. Современные средства рекламы.	
	2. Реклама в специализированном печатном издании. Проспект. Буклет. Каталог. Рекламный плакат. Листовка.	
	Практическая работа (не предусмотрена)	-
	Самостоятельная работа (не предусмотрена)	-

Раздел 4. Наружная реклама.		1
Тема 4.1. Виды наружной рекламы.	Содержание учебного материала	
	1.	Щитовая реклама. Световая реклама. Реклама на бортах транспортных средств. Витрины. Рекламные сувениры.
		Практическая работа (не предусмотрена)
		Самостоятельная работа (не предусмотрена)
		1
Раздел 5. Реклама на торговых предприятиях.		1
Тема 5.1. Организация рекламы в магазине.	Содержание учебного материала	
	1.	Интерьер магазина как средство рекламы. Внутри магазинная реклама.
	2.	Показ товаров в торговом зале, демонстрация, дегустация, устная реклама. Рекламные мероприятия в магазине. Выставки и ярмарки, их организация и проведения.
		Практическая работа (не предусмотрена)
		Самостоятельная работа (не предусмотрена)
		1
		-
		-
		-
	Всего	10

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы требует наличия учебного кабинета «Реклама в торговле»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебная доска;
- комплект учебно-программной документации;
- комплект контролирующих заданий

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением
- видеоманитфон
- учебные диски с фильмами

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Денисов Д.Р., Тоби Л. Учебник по рекламе. Минск, 2006
2. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К. Рекламная деятельность. М.: - Издательство Юрайт, 2009
3. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. М.: - Издательство Юрайт, 2009
4. Котлер. Ф. Основы маркетинга. М.: Издательский центр «Академия», 2007, - 128 с.
5. Тихоновский В.Г. Торговая реклама и основы декорирования. М.:, 2008
6. Р. Сэндилж. Реклама: теория и практика. М.: Издательский центр «Академия», 2007 – 128 с.
7. Закон РФ «О рекламе»; Новая редакция.- Новосибирск: Сиб.унив. издательство, 2011
8. Закон РФ «О защите прав потребителей» - Новосибирск: Сиб.унив. издательство, 2010
9. Международный кодекс рекламной практики

Дополнительные источники:

1. Гермес.Р. Торговля и реклама. Сборник С – Пб, 2009
2. Ч.Эдвардс, Р.Браун. Реклама в розничной торговле США. Киев, 2007
3. Волкова В.В. Дизайн рекламы. Феникс, 2007
4. Музыкант В.Л. Реклама ПР – технологии в бизнесе, коммерции, политике. М.: Армада – пресс, 2011
5. Песоцкий Е. Современная реклама: теория и практика. Ростов – на – дону «Феникс», 2006
6. Катернюк А.В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама. «Феникс» Ростов – на – Дону, 2005
7. К. Кнорре. Наружная реклама. М.: Бератор – Пресс, 2007

Интернет – ресурсы

www.reklama.ru – режим доступа

www.torgovle.ru – режим доступа

www.rectech.ru – режим доступа

www.marketing.ru – режим доступа

