

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	102			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	26	26	26	26
Практические	24	24	24	24
Консультации	2	2	2	2
Итого ауд.	50	50	50	50
Контактная работа	52	52	52	52
Сам. работа	10	10	10	10
Итого	62	62	62	62

ОСНОВАНИЕ

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г. N 539 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности38.02.04 Коммерция (по отраслям)»).

Рабочая программа составлена по образовательной программе
направление 38.02.04
программа среднего профессионального образования

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 30.08.2021 протокол № 1

Программу составил(и): Преп., Бутук Н.В.

Председатель ЦМК: Бутук Н.В.

Рассмотрено на заседании ЦМК от 31.08.2021 протокол № 1

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целями освоения дисциплины Рекламная деятельность являются формирование у студентов всесторонних знаний, практических навыков решения конкретных задач в области организации рекламной деятельности по отраслям и сферам применения дисциплины Рекламная деятельность изучает экономическую сущность совокупности процессов организации рекламной деятельности на предприятиях сферы торговли, а также оценки результативности всех этих процессов.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ООП:	ОП
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Дисциплина ОП.11 «Рекламная деятельность» изучается при освоении специальностей социально-экономического профиля и относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла государственного образовательного стандарта.
2.1.3	Правовое обеспечение профессиональной деятельности
2.1.4	Экономика организации
2.1.5	Документационное обеспечение управления
2.1.6	Деловое общение
2.1.7	Менеджмент (по отраслям)
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Маркетинг
2.2.2	Менеджмент
2.2.3	Информационные технологии в профессиональной деятельности
2.2.4	Менеджмент (по отраслям)
2.2.5	Правовое обеспечение профессиональной деятельности
2.2.6	Статистика
2.2.7	Экономика организации

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОК-01: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
Знать:
цели, задачи, функции и методы рекламы
Уметь:
демонстрировать интерес к будущей профессии
Владеть:
профессионально-личностными качествами
ОК-02: Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
Знать:
типы и способы выполнения профессиональных задач
Уметь:
организовывать собственную деятельность
Владеть:
способами организации собственной деятельности при решении профессиональных задач
ОК-03: Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
Знать:
методы оценки ситуации на ее стандартность/нестандартность
Уметь:
использовать методы оценки ситуации на ее стандартность/нестандартность
Владеть:
навыками применения методов оценки ситуации на ее стандартность/нестандартность

ОК-04: Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	
Знать:	
	основы работы с информацией
Уметь:	
	правильно организовывать деятельность в достижении поставленных профессиональных целей
Владеть:	
	методами поиска, анализа и синтеза профессионально и личностно значимой информации владеет методами сравнения, сопоставления, выбора оптимальной информации для решения профессиональных задач
ОК-05: Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	
Знать:	
	сущность информационно-коммуникационных технологий
Уметь:	
	пользоваться информационно-коммуникационными технологиями
Владеть:	
	на высоком профессиональном уровне информационно-коммуникационными технологиями
ОК-07: Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации	
Знать:	
	задачи профессионального и личностного развития
Уметь:	
	самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности
Владеть:	
	навыками профессионального и личностного развития
ОК-10: Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	
Знать:	
	лексику, необходимую для адекватного изложения информации, ведения дискуссий по различным (в первую очередь, профессиональным) вопросам.
Уметь:	
	логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь в процессе обсуждения вопросов разноаспектного характер
Владеть:	
	культурой устной и письменной речи; навыками публичной речи, ведения дискуссии, полемики, аргументированного изложения собственной точки зрения на исторические события, процессы, явления
ОК-12: Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	
Знать:	
	требования нормативных документов
Уметь:	
	пользоваться нормативной документацией
Владеть:	
	навыками использования нормативной документацией
ПК-1.1: Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции	
Знать:	
	порядок установления контактов
Уметь:	
	правильно устанавливает контакты с деловыми партнерами;
Владеть:	
	навыками установления контактов

3.1 Знать

- сущность и характерные черты современной рекламы, историю её развития;
- социально-психологические основы рекламы;
- понятие, назначение, классификацию рекламных средств по основным признакам;
- средства распространения рекламы, их характеристика, виды, классификация, назначение, особенности применения и преимущества;
- законодательство Российской Федерации о рекламе;
- понятие и сущность публич рилейшнз, история развития, цели задачи и функции;
- основные направления рекламной работы оптовых и производственных предприятий;
- правила создания рекламы, требования к рекламированию товаров и услуг, учитывающийся при разработке рекламного текста;
- понятие и использование фирменного стиля в рекламной деятельности, его цели и преимущества;
- основные методы определения эффективности психологического воздействия рекламы.

3.2 Уметь

- использовать на практике методы организации и проведения рекламной работы подразделения;
- пользоваться нормативными документами в сфере рекламной деятельности;
- классифицировать и анализировать рекламные средства;
- применять в профессиональной деятельности правила создания рекламы, требования к рекламированию товаров, работ и услуг, учитывающийся при разработке рекламного текста;
- определять направления рекламной работы оптовых и производственных предприятий;
- учитывать особенности рекламы в области профессиональной деятельности.