Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет
имени И.Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет физико-математического и технологического образования
Кафедра технологий профессионального обучения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ И.О. Петрищев
«30» августа 2017 г.

РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Программа учебной дисциплины вариативной части

для направления подготовки
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
(шифр и наименование)
направленность (профиль) образовательной программы
Технология и организация ресторанного сервиса
(заочная форма обучения)

Составитель: Назаренко А.В., д.п.н.,
профессор кафедры технологий
профессионального обучения

Рассмотрено и утверждено на заседании ученого совета факультета физико-математического и технологического образования, протокол от «04» июля 2017 г. № 11

Ульяновск, 2017

1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Рекламные технологии в ресторанном бизнесе» включена в вариативную часть Блока 1 Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), направленность (профиль) образовательной программы «Технология и организация ресторанного сервиса», заочной формы обучения.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью освоения дисциплины «Рекламные технологии в ресторанном бизнесе» является:

формирование у студентов необходимых теоретических и прикладных знаний, практических умений и навыков управления рекламным процессом и принятия эффективных рекламных решений в профессиональной деятельности, в том числе по планированию и разработке рекламных мероприятий в организациях общепита.

Этап формирования / Компетенции	теоретический	модельный	практический
	знает	умеет	владеет
способностью организовывать и осуществлять учебно-профессиональную и учебно-воспитательную деятельности в соответствии с требованиями профессиональных и федеральных государственных образовательных стандартов в ОО (ПК-3)	ОР-1 требования ФГОС СПО, содержание примерных или типовых образовательных программ, учебников, учебных пособий (в зависимости от реализуемой образовательной программы, преподаваемого учебного предмета, курса, дисциплины (модуля). ОР-2 - роль преподаваемого учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) в основной профессиональной образовательной программе СПО,	ОР-3 -выполнять деятельность и демонстрировать элементы деятельности, осваиваемой обучающимися, и выполнять задания, предусмотренные программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля); использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся. ОР-4 - применять современные технические средства обучения и образовательные технологии, в том числе при необходимости использовать информационно-коммуникационные технологии, электронные образовательные и информационные ресурсы.	ОР-5 - навыками выполнения деятельности, осваиваемой обучающимися, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) ОР-6 - навыками использования педагогически обоснованных форм, методов и приемов организации деятельности обучающихся;

	и(или) образовательной программе профессионального обучения; преподаваемую область научного (научно-технического) знания и профессиональной деятельности, актуальные проблемы и тенденции ее развития. .		навыками применения современных технических средств обучения и образовательных технологий
готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26)	ОР-7 - правовые и основы предпринимательства ОР-8 - экономические основы предпринимательства	ОР-9 - применять правовые нормы для решения профессионально-педагогических задач в сфере экономической и хозяйственно-правовой деятельности; ОР-10 - определять экономические результаты хозяйственной деятельности.	ОР-11 - базовыми навыками организации экономической и хозяйственно-правовой деятельности. ОР-12 - базовыми умениями организации экономической и хозяйственно-правовой деятельности.
готовностью к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-27).	ОР-13 - -современные интерактивные (в том числе, дистанционные) образовательные технологии и формы электронного обучения ОР-14	ОР-15 - применять интерактивные образовательные технологии для решения профессионально-педагогических задач ОР-16 - производить обоснованный выбор программно-аппаратной платформы для организации сетевого хранилища образовательного контента; организовать и поддерживать в	ОР-17 -. интерактивными образовательными технологиями ОР-18 - навыками организации проводного

	- основные требования к подготовке мультимедийного контента для загрузки в модульную объектно-ориентированную динамическую учебную среду свободной системы управления обучением MOODLE	актуальном состоянии базы данных: электронные библиотеки, медиатеки и др..	и беспроводного доступа к локальной и глобальной информационной сети, а также навыками дистанционного управления удаленными компьютерами.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы *(должно полностью соответствовать учебному плану данной образовательной программы)*

Дисциплина «Рекламные технологии в ресторанном бизнесе» является дисциплиной вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), направленность (профиль) образовательной программы «Технология и организация ресторанного сервиса», очной формы обучения (Б1.В.ДВ.6.1. Рекламные технологии в ресторанном бизнесе).

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках школьных курсов «Химия», «Биология», «Технология» или соответствующих дисциплин среднего профессионального образования, а также ряда дисциплин учебного плана, изученных обучающимися в1 семестре: Русский язык и культура речи, Математика, Психология, Педагогика, Черчение, Этика в ресторанном бизнесе; во 2 семестре: Физика, История, Психология, Педагогика; в 3 семестре: Психология, Основы экономики,Педагогика, Информатика, Философия, Психология делового общения; в 4 семестре: Психология, Педагогика, Информационные технологии в профессиональной деятельности; в 5 семестре: Психология, Педагогика, Обслуживание потребителей организаций общественного питания.

Результаты изучения дисциплины «Рекламные технологии в ресторанном бизнесе» являются теоретической и методологической основой для изучения дисциплин: Эргономика, Организация производства на предприятиях общественного питания, Организация работы бара, Социальные виды общественного питания, Методика организации профориентационной работы.

4. **Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**:

Номер семестра	Всего		Учебные занятия					В том числе объем учебной работы с применением интерактивных форм	Форма итоговой аттестации
	Трудоемк.		Лекции, час	Лабораторные занятия, час	Практическ. Занятия, час	Зачет, час	Самостоят. Работа,час		
	Зач. ед.	Часы							
5	2	72	2	-	6		58	2	зачет
Итого:	2	72	2	-	6		58	2 (25%)	

5. **Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

5.1. Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий, оформленных в виде таблицы:

Наименование раздела и тем	Количество часов по формам организации обучения				
	Лекц. занятия	Лаб. занятия	Практ. занятия	Самост. работа	Объем уч. раб. с прим. интер
5 семестр					
Раздел 1.Методологические основы рекламной деятельности.	0,5		-	8	0,5
Раздел 2. Регулирование рекламной деятельности .	0,5		2	10	0,5
Раздел 3. Средства рекламы.	0,5		2	20	0,5
Раздел 4. Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности.	0,5		2	20	0,5
ИТОГО 6 семестр:	2		6	58	2 (25%)

5.2. Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины

Раздел 1. Методологические основы рекламной деятельности.

Тема 1.Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Цели и задачи рекламной деятельности.

Реклама в системе маркетинга. Реклама и теория коммуникаций. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Основные характеристики рекламы. Функции, задачи и классификация рекламы. История рекламы.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема2.История рекламы и особенности современного рынка рекламы.

История рекламного дела в России и за рубежом. Этапы развития рекламы. Реклама в древнем мире, в средние века и период расцвета капитализма. Развитие рекламы в России.

Особенности современного этапа развития рекламы. Мировой рынок рекламы. Особенности российского рынка рекламы. Роль и значение рекламы в современных условиях.
Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Раздел 2. Регулирование рекламной деятельности.

Тема 3. Субъекты рекламной деятельности

Субъекты рекламной деятельности: понятие, виды (рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители, рекламополучатели -потребители рекламы), их характеристика. Рекламные агентства как самостоятельные юридические лица. Виды рекламных агентств в зависимости от особенностей их деятельности. Рекламные службы на предприятиях. Рекламные агенты: требования к ним. Рекламная коммуникативная система: понятие и назначение.
Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Государственное регулирование рекламной деятельности в России: документы, определяющие основные положения и правила рекламной деятельности и государственные организации, контролирующие исполнение принятых документов. Федеральный закон РФ «О рекламе»: структура. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров (услуг). Обязательные требования к рекламе, регламентируемые федеральным законом. Специфичные требования к рекламе отдельных товаров. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной деятельности Международной торговой палаты. (Кодекс МТП).
Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 5. Требования к рекламе.

Рекламное сообщение: понятие, назначение, требования: добросовестность**,** правдивость, конкретность, целенаправленность, гуманность, компетентность и др. Разработка рекламного сообщения. Социальные аспекты регулирования рекламной деятельности.
Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Раздел 3. Средства рекламы.

Тема 6. Классификация средств рекламы. Печатные средства массовой информации.

Средства рекламы: понятие, назначение, классификация. Печатные СМИ: понятие, виды. Газеты и журналы: их использование для распространения рекламы. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах.
Интерактивная форма :групповое обсуждение.

Тема 7. Электронные средства массовой информации

Электронные средства массовой информации: понятие, назначение, виды. Реклама на телевидении: понятие, виды. Использование телеэфира для распространения рекламы. Особенности телевизионной рекламы, ее преимущества и недостатки. Аудиореклама: понятие, виды. Использование радиовещания в рекламных целях. Преимущества и недостатки радиовещания. Интернет – реклама: особенности использования.
Интерактивная форма :групповое обсуждение.

Тема 8. Средства почтовой рекламы

Средства почтовой рекламы: понятие, назначение. Преимущества и недостатки. Особенности прямой почтовой рекламы. Используемые носители.
Интерактивная форма :групповое обсуждение.

Тема 9. Средства наружной рекламы.

Средства наружной рекламы: понятие, виды, классификация. Наружная реклама. Классификация. Преимущества и недостатки наружной рекламы. Типы наружных рекламных сооружений. Реклама на транспорте. Преимущества и недостатки.
Интерактивная форма :групповое обсуждение.

Тема 10. Вспомогательные средства рекламы

Вспомогательные средства рекламы: понятие, назначение, виды. Рекламные сувениры, реклама в кино и др.
Интерактивная форма :групповое обсуждение.

Раздел 4. Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности.

Тема 11. Планирование рекламных кампаний

Планирование рекламных акций и кампаний: понятие, назначение, их характеристика. Выбор средств распространения рекламы.
Интерактивная форма :групповое обсуждение.

Тема 12. Оценка эффективности рекламы

Эффективность рекламы: понятие. Коммуникативная и экономическая эффективность рекламы. Тестирование рекламных акций и рекламных кампаний: основные методы, факторы, влияющие на выбор метода тестирования.
Интерактивная форма :групповое обсуждение.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме подготовки к устным докладам (мини-выступлениям. Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме:
- подготовка к защите контрольной работы;

Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы мини-выступлений)

1. Цели, задачи рекламной деятельности современного предприятия (рассматривается конкретная фирма).
2. История развития рекламы в Западной Европе и США.
3. Особенности рекламы в СССР.
4. Реклама нового времени
5. Уровни регулирования рекламы в России
6. Ненадлежащая реклама. Особенности рекламы алкогольной продукции.
7. Особенности рекламы пива.
8. Особенности рекламы биологически активных добавок.
9. Защита несовершеннолетних в рекламе.
10. Особенности рекламы оружия.
11. Социальная реклама
12. Анализ рынка печатной продукции г. Ульяновска.
13. Рынок прессовой рекламы в Ульяновских печатных изданиях.
14. Анализ печатной рекламы УлГПУ
15. Анализ Ульяновского рекламного рынка на радио.
16. Ульяновский рынок почтовой рекламы в период избирательных кампаний.
17. Анализ рекламной продукции на Ульяновском телевидении.
18. Рынок наружной рекламы г. Ульяновска.

19. Рекламные агентства г. Ульяновска, специализирующие на изготовлении наружной рекламы.
20. Рекламные средства будущего.
21. Тенденции развития рекламной отрасли и технологий.
22. Разработка плана рекламной кампании конкретного предприятия.
23. Разработка образцов рекламных сообщений (радио, телевещание, пресса)
24. Определение бюджета рекламной кампании конкретной фирмы.
25. Расчет экономической эффективности проведенной рекламной кампании, конкретной фирмы.

Тематика контрольных работ

1. Сущность рекламы как основного инструмента системы маркетинговых коммуникаций.
2. Истоки рекламной коммуникации.
3. Основные этапы развития рекламы в мире и в России.
4. Роль и значение рекламы в современных условиях.
5. Реклама и теория коммуникации.
6. Формирование эффективных рекламных коммуникаций.
7. Особенности рекламы промышленных товаров.
8. Особенности рекламы потребительских товаров.
9. Особенности рекламы услуг.
10. Социально-психологические аспекты рекламной деятельности.
11. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров.
12. Технология процесса разработки рекламного обращения.
13. Проблемы рекламного творчества, креатив в рекламе.
14. Психология воздействия и восприятия рекламного обращения.
15. Модели психологического влияния рекламы (AIDA, ACCA, DAGMAR и другие).
16. Достоинства и недостатки средств распространения рекламной информации.
17. Особенности и этапы организации рекламы в прессе.
18. Особенности печатной (полиграфической) рекламы.
19. Особенности телевизионной рекламы.
20. Особенности рекламы на радио.
21. Особенности наружной рекламы.
22. Особенности компьютеризированной рекламы.
23. Основы рекламного менеджмента.
24. Планирование рекламной деятельности.
25. Выбор оптимальных средств распространения рекламы.
26. Организация рекламной деятельности на предприятии.
27. Исследование рынка рекламных услуг города и области.
28. Деятельность рекламного агентства.
29. Разработка рекламной кампании товара (фирмы).
30. Методы формирования бюджета рекламной кампании.
31. Методы оценки эффективности рекламной деятельности.
32. Регулирование рекламной деятельности (потребители, общественность, государство).
33. Новые технологии в рекламе.

Перечень учебно-методических изданий кафедры по вопросам организации самостоятельной работы обучающихся

1. Организационный конфликт-менеджмент: теория и практика [Текст] : методические рекомендации для магистрантов направления подготовки 38.04.03 / А. В. Черных, Г. М. Сафина ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 63 с.

2. Тайм-менеджмент [Текст] : методические указания / М. В. Рыбкина, Н. А. Богданова ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 55, [2] с.
3. По экономике и менеджменту высоких технологий [Текст] : методические разработки / М. В. Рыбкина ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 32, [1] с. — Список лит.: с. 32.
4. Управление изменениями и эффективность социального менеджмента [Текст] : методические указания / М. В. Рыбкина ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 33, [2] с
5. Технологии управления персоналом [Текст] : практикум по самоменеджменту / М. В. Короткова, А. В. Черных., С. О. Никитина, М. В. Рыбкина. — Ульяновск : ФГБОУ ВПО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 308 с.
6. Управленческое консультирование: теория и практика [Текст] : методические рекомендации / А. В. Черных, М. В. Короткова ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 121 с..
7. Современные проблемы управления персоналом: теория и практика [Текст] : методические рекомендации для магистрантов направления подготовки 38.04.03 / А. В. Черных, Н. А. Богданова ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 68 с..

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Организация и проведение аттестации бакалавра

ФГОС ВО в соответствии с принципами Болонского процесса ориентированы преимущественно не на сообщение обучающемуся комплекса теоретических знаний, но на выработку у бакалавра компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки бакалавров необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентностного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

Цель проведения аттестации – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

7.1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы:

Компетенции	Этапы формирования компетенций	**Знать**	**Уметь**	**Владеть**
способностью организовывать и осуществлять учебно-профессиональную и учебно-воспитательную деятельности в соответствии с требованиями профессиональ	**Теоретический (знать)** - требования ФГОС СПО, содержание примерных или типовых образовательных программ, учебников,	ОР-1 - цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения ОР-2 - правовое регулирован		

ых и федеральных государственных образовательных стандартов в ОО СПО (ПК-3)	учебных пособий (в зависимости от реализуемой образовательной программы, преподаваемого учебного предмета, курса, дисциплины (модуля). - роль преподаваемого учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) в основной профессиональной образовательной программе СПО, и(или) образовательной программе профессионального обучения; преподаваемую область научного (научно-технического) знания и профессиональной деятельности, актуальные проблемы и тенденции ее развития.	ие рекламной деятельности		
способностью организовывать и осуществлять учебно-профессиональную и учебно-воспитательную деятельности в соответствии с	**Модельный (уметь)** выполнять деятельность и демонстрировать элементы деятельности, осваиваемой обучающимис		ОР-3 - составлять рекламные сообщения ОР-4 - выбирать носители рекламы с учетом финансовых	

требованиями профессиональных и федеральных государственных образовательных стандартов в ОО СПО (ПК-3)	я, и выполнять задания, предусмотренные программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля); использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся. - применять современные технические средства обучения и образовательные технологии, в том числе при необходимости использовать информационно-коммуникационные технологии, электронные образовательные и информационные ресурсы.		возможностей организации и целесообразности	
способностью организовывать и осуществлять учебно-профессиональную и учебно-воспитательную деятельности в соответствии с требованиями профессиональных и	**Практический (владеть)** навыками выполнения деятельности, осваиваемой обучающимися, предусмотренной программой			ОР-5 - умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективной рекламы ОР-6 - методами

федеральных государственных образовательных стандартов в ОО СПО (ПК-3)	учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) - навыками использования педагогически обоснованных форм, методов и приемов организации деятельности обучающихся; навыками применения современных технических средств обучения и образовательных технологий			исследования и анализа рекламных рынков
готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26)	**Теоретический (знать)** правовые и экономические основы предпринимательства	ОР-7 - рекламный процесс ОР-8 - виды и формы рекламы организацию рекламных акций и кампаний		
готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26)	**Модельный (уметь)** применять правовые нормы для решения профессионально-педагогических задач в сфере экономической и хозяйственно-правовой деятельности; определять экономические		ОР-9 - организовывать рекламные акции ОР- 10 - оценивать их эффективность	

	результаты хозяйственной деятельности.			
готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26)	**Практический (владеть)** базовыми навыками и умениями организации экономической и хозяйственно-правовой деятельности.			ОР-11 - владеть методами исследования и анализа целевых групп потенциальных потребителей ОР- 12 - владеть навыками работы с рекламными агентствами
готовностью к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-27)	**Теоретический (знать)**	ОР- 13 - организацию рекламных акций и кампаний ОР- 14 - оценку эффективности форм и видов рекламы		
готовностью к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-27)	**Модельный (уметь)** эксплуатировать и осуществлять техническое обслуживание оборудования; проводить измерения параметров микроклимата, освещенности в помещениях и уметь обеспечить их приведение к уровню, соответствующему действующим нормам;		ОР- 15 - применять действующее законодательство в профессиональной деятельности по направлению «Ресторанный сервис» ОР- 16 - применять современные способы эффективной организации рекламной деятельности.	

	пользоваться первичными средствами пожаротушения.			
готовностью к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-27)	**Практический (владеть)** навыками работы с оборудованием, составляющим учебно-технологическую среду.			ОР- 17 - навыками работы с менеджерами рекламных массмедиа ОР- 18 - современными способами эффективной организации рекламной деятельности.

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания:

№ п/п	РАЗДЕЛЫ (ТЕМЫ) ДИСЦИПЛИНЫ	НАИМЕНОВАНИЕ СРЕДСТВА, используемого для текущего оценивания образовательного результата	КОД диагностируемого образовательного результата дисциплины																	
			ОР-1	ОР-2	ОР-3	ОР-4	ОР-5	ОР-6	ОР-7	ОР-8	ОР-9	ОР-10	ОР-11	ОР-12	ОР-13	ОР-14	ОР-15	ОР-16	ОР-17	ОР-18
1	Тема 1. Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Цели и задачи рекламной деятельности	ОС-1 Групповое обсуждение	+			+			+			+			+		+			
2	Тема 2. История рекламы и особенности современного рынка рекламы.	ОС-1 Групповое обсуждение	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+						
3	Тема 3. Субъекты рекламной деятельности	ОС-1 Групповое обсуждение								+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
4	Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности.	ОС-1 Групповое обсуждение		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5	Тема 5. Требования к рекламе.	ОС-1 Групповое	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

		обсуждение																		
6	Тема 6 Классификация средств рекламы. Печатные средства массовой информации..	ОС-1 Групповое обсуждение	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
7	Тема 7 Электронные средства массовой информации..	ОС-1 Групповое обсуждение	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
8	Тема 8 Средства почтовой рекламы..	ОС-1 Групповое обсуждение	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
9	Тема 9. Средства наружной рекламы.	ОС-1 Групповое обсуждение	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
10	Тема 10 Вспомогательные средства рекламы..	ОС-1 Групповое обсуждение	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
11	Тема 11. Планирование рекламных кампаний.	ОС-1 Групповое обсуждение	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
12	Тема 12. Оценка эффективности рекламы.	ОС-1 Групповое обсуждение ОС-4 Защита реферата	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Промежуточная аттестация	**ОС-5** зачет в форме устного собеседования по вопросам																		

Оценочными средствами текущего оценивания являются: устные доклады, защита реферата. Контроль усвоения материала ведется регулярно в течение всего семестра на практических занятиях.

Критерии и шкалы оценивания

ОС-2 Мини выступление
Критерии и шкала оценивания

Критерий	Этапы формирования компетенций	Максимальное количество баллов
показал понимание темы, умение критического анализа информации	Теоретический (знать)	6
сформулировал аргументированные выводы	Теоретический (знать)	6
Всего:		**12**

ОС-4 Защита реферата

Критерий	Этапы формирования компетенций	Максимальное количество баллов
обозначил проблему и обосновал её актуальность сделал краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложил собственную позицию	Теоретический (знать)	10
сформулировал аргументированные выводы, тему раскрыл полностью, выдержал объём, соблюдал требования к внешнему оформлению	Модельный (уметь)	12
дал правильные ответы на дополнительные вопросы	Модельный (уметь)	10
Всего:		32

ОС-5 Зачет в форме устного собеседования по вопросам

При проведении зачета учитывается уровень знаний обучающегося при ответах на вопросы (теоретический этап формирования компетенций), умение обучающегося отвечать на дополнительные вопросы по применению теоретических знаний на практике и по выполнению обучающемся заданий текущего контроля (модельный этап формирования компетенций).

Критерии и шкала оценивания зачета:

Критерий	Этапы формирования компетенций	Количество баллов
Обучающийся правильно ответил на теоретический вопрос из изучаемой области.	Теоретический (знать)	0-10
Показал отличные знания в рамках усвоенного учебного материала.	Теоретический (знать)	11-21
Показал отличные умения в рамках освоенного учебного материала	Модельный (уметь)	22-32

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА

1. История возникновения и развития рекламы.
2. История развития рекламы в России. Современные проблемы функционирования российского рекламного рынка.
3. Роль и значение рекламы на современном этапе развития общества.
4. Основные понятия и наиболее важные статьи Федерального Закона «О рекламе».
5. Кодекс рекламной практики.

6. Влияние внешних и внутренних факторов на процесс восприятия рекламы потребителем. Особенности применения методов внушения и убеждения.

7. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Цвет, звук, форма, движение как средства воздействия на психику потребителя.

8. Понятие системы маркетинговых коммуникаций. Охарактеризовать основные средства маркетинговых коммуникаций.

9. Роль и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

10. Прямой маркетинг как одно из наиболее эффективных средств маркетинговых коммуникаций. Директ-мэйл маркетинг. Перспективы развития прямого маркетинга в России и за рубежом.

11. Стимулирование сбыта как средство эффективного краткосрочного воздействия на поведение потребителей. Виды стимулирующих приемов.

12. Классификация рекламных средств. Выбор рекламных средств.

13. Достоинства и недостатки печатной рекламы. Виды печатной рекламы.

14. Особенности создания рекламы с помощью печатных материалов.

15. Аудиовизуальная реклама. Виды, черты, преимущества и недостатки.

16. Специфика производства рекламы на радио. Виды радиорекламы. Ее достоинства и недостатки.

17. Телевизионная реклама. Подготовка рекламной кампании на телевидении. Виды ТВ-рекламы.

18. Особенности проведения сегментации целевой аудитории с помощью эфирного времени и выбора канала. Концепция эффективного ТВ-ролика.

19. Преимущества и недостатки прямой почтовой рекламы. Базы адресов.

20. Выставки и ярмарки как одна из древнейших форм продвижения продукции. Процесс организации выставок.

21. Особенности и этапы процесса участия фирмы в выставке.

22. Виды и правила создания наружной рекламы. Современные технологии наружной рекламы, ее преимущества и недостатки.

23. Классификация сувенирной продукции. Особенности ее создания и распространения. Использование фирменной символики.

24. Цели и функции сувенирной рекламы.

25. Классификация витрин, способы их оформления. Значение дизайна витрин в коммерческой деятельности магазинов.

26: Интерактивная реклама. Реклама в Интернете. Списки рассылок. Понятие спама.

27. Функции рекламных агентств, их виды. Организационная структура и должностные обязанности специалистов рекламного агентства.

28. Основные этапы разработки рекламной кампании. Их классификация.

29. Экономическая эффективность рекламы. Методы расчета эффективности, недостатки и достоинства этих методов.

30. Способы оценки психологической эффективности рекламы. Приемы повышения её эффективности.

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.6 программы.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Доклад, устное сообщение (мини-выступление)	Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика докладов выдается на первых семинарских занятиях, выбор темы осуществляется студентом самостоятельно. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. На подготовку дается одна-две недели. За неделю до выступления студент должен согласовать с преподавателем план выступления. Регламент – 3-5 мин. на выступление. В оценивании результатов наравне с преподавателем принимают участие студенты группы.	Темы докладов
2.	Защита реферата	Реферат соответствует теме, выдержана структура реферата, изучено 85-100 % источников, выводы четко сформулированы	Темы рефератов
5.	Зачет в форме устного собеседования по вопросам	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценки «зачтено»/«незачтено» учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практикоориентированными заданиями.	Комплект примерных вопросов к зачету.

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра.

Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине
5 семестр

№ п/п	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1.	Посещение лекций	1	**2**
2.	Посещение практических занятий	1	**6**
3.	Работа на занятии: - решение задач; - результат выполнения домашней работы; - активность на занятии.	16 4 6 6	**128**
4.	Реферат	32	**32**

5.	Зачет	32	**32**
ИТОГО:	2 зачетные единицы		**200**

Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Реферат	Зачёт
5 семестр	Разбалловка по видам работ	2 х 1=2 баллов	6 х 1=6 баллов	8 х 16=128 баллов	32 балла	32 балла
	Суммарный макс. балл	2 баллов max	6 баллов max	128 баллов max	168 баллов max	200 баллов max

Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Рекламные технологии в ресторанном сервисе», трудоёмкость которой составляет 2 ЗЕ и изучается в 5 семестре, обучающийся набирает определённое количество баллов, которое соответствует «зачтено» или «не зачтено» согласно следующей таблице:

	Баллы (2 ЗЕ)
«зачтено»	более 60 баллов
«не зачтено»	60 баллов и менее

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Васильев Г.А., Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с. [Электронный ресурс: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=196365]
2. Гойхман О.Я., Гончарова Л.М., Кошлякова М.О. , Надеина Т.М. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учеб. пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 229 с. [Электронный ресурс: http://znanium.com/bookread2.php?book=782841]
3. Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. [Электронный ресурс: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429223]

Дополнительная литература

1. Джум Т.А., Зайко Г.М. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе: Учебное пособие/Т.А.Джум, Г.М.Зайко - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 528 с [Электронный ресурс: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=504888]

2. Обидин, Д. Л. Технология создания рекламного текста [Электронный ресурс] / Д. Л. Обидин. - М.: Инфра-М; Znanium.com, 2014. - 31 с. [Электронный ресурс: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=497288]

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Интернет-ресурсы

- Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс]. Режим доступа:. http://biblioclub.ru/
- Университетская библиотека ONLINE./ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://znanium.com/
- Федеральный портал «Российское образование»./ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.edu.ru
- Российский портал открытого образования [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.openet.ru/
-Педагогическая библиотека./ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://pedagogic.ru/

Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»

№	Название ЭБС	№, дата договора	Срок использования	Количество пользователей
1	«ЭБС ZNANIUM.COM»	Договор № 2304 от 19.05.2017	с 31.05.2017 по 31.05.2018	6 000
2	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Договор № 1010 от 26.07.2016	с 22.08.2016 по 21.11.2017	6 000

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

По каждой теме дисциплины предполагается проведение аудиторных занятий и самостоятельной работы, т. е. чтение лекций, проведение сравнительного логико-дидактического анализа учебных тем, изготовление дидактических материалов. Предусматриваются также активные формы обучения, такие как представление собственных методических разработок.

Подготовка и проведение лекций, практических занятий должны предусматривать определенный порядок.

Для подготовки студентов к практическому занятию на предыдущей лекции преподаватель должен определить основные вопросы и проблемы, выносимые на обсуждение, рекомендовать дополнительную учебную, периодическую литературу, интернет источники, рассказать о порядке и методике его проведения.

Методы проведения практических занятий весьма разнообразны и могут применяться в различных сочетаниях. Наиболее распространенными являются: вопросно-ответные, научных сообщений по отдельным вопросам темы, решение практических задач и упражнений, решение тестов.

Важное место занимает подведение итогов практических занятий: преподаватель должен не только раскрыть теоретическое значение обсуждаемых проблем, но и оценить слабые и сильные стороны выступлений.

Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций, активной работы на лабораторных занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы студенты имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу.

Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой. Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.

Практические занятия – важнейшая форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на практическом занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала,.

Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Основным методом обучения является самостоятельная работа студентов с учебно-методическими материалами, научной литературой.

Реферат. Реферат по специальности - самостоятельное научное исследование по направлению, специальности (специализации), выполняемое студентом по заданию преподавателя кафедры и служащее углубленному познанию избранной темы. Научность исследования выражается в решении некоторой познавательной проблемы, соотнесении теоретических положений с фактами, систематичности изложения, оперировании современной специальной терминологией и т.д.
Реферат является одной из форм отчетности студента по итогам обучения за соответствующий курс (семестр).
Студентам предоставляется право свободного выбора темы из предложенного списка тем реферата. Изменение темы реферата допускается по согласованию с преподавателем. Выбор темы реферата осуществляется студентами до 30 ноября. Сдача реферата на проверку преподавателю до 30 ноября.
Подбор литературы по теме реферата осуществляется студентом самостоятельно. Преподаватель лишь помогает ему определить основные направления работы, указывает наиболее важные научные источники, которые следует использовать при ее написании, разъясняет, где их можно найти. При подборе литературы рекомендуется использовать фонды научных библиотек, электронных каталогов и сети Интернет.
План выполнения реферата составляется студентом самостоятельно и согласовывается с преподавателем. Содержание реферата должно соответствовать теме и плану.
Реферат должн включать следующие основные разделы:

- *Титульный лист.*
- *Содержание.* Включает порядок расположения отдельных частей работы с указанием страниц, на которых соответствующий раздел начинается.
- *Введение*. В нем автор обосновывает научную актуальность, практическую значимость, новизну темы, а также указывает цель и задачи проводимого исследования.
- *Основная часть.* Структура и состав основной части может меняться в зависимости от специфики и направления выполняемой работы. Структура основной части устанавливается научными руководителями и кафедрами самостоятельно.
- Заключение (или выводы). В заключении подводится итог проведенному исследованию, формулируются предложения и выводы автора, вытекающие из всей работы.
- *Список литературы.* В список литературы включаются только те работы, на которые сделаны ссылки в тексте курсовой работы. Список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003.

- *Приложения.* Приводятся используемые в работе документы, таблицы, графики, схемы и др. (аналитические табличные и графические материалы могут быть приведены также в основной части).

В ходе выполнения работы студент по мере необходимости обращается за консультацией к преподавателю.
Выполненный и оформленный реферат в сброшюрованном виде сдается на проверку преподавателю, которая оценивается и учитывается при аттестации студента (зачет).

Подготовка к **устному докладу.**

Доклады делаются по каждой теме с целью проверки теоретических знаний обучающегося, его способности самостоятельно приобретать новые знания, работать с информационными ресурсами и извлекать нужную информацию.

Доклады заслушиваются в начале лабораторного занятия после изучения соответствующей темы. Продолжительность доклада не должна превышать 5 минут. Тему доклада студент выбирает по желанию из предложенного списка.

При подготовке доклада студент должен изучить теоретический материал, используя основную и дополнительную литературу, обязательно составить план доклада (перечень рассматриваемых им вопросов, отражающих структуру и последовательность материала), подготовить раздаточный материал или презентацию. План доклада необходимо предварительно согласовать с преподавателем.

Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к простому воспроизведению текста, не допускается простое чтение составленного конспекта доклада. Выступающий также должен быть готовым к вопросам аудитории и дискуссии.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Образовательный процесс обеспечивается достаточной информационно-библиографической базой, современными техническими средствами, информационными и коммуникационными технологиями.

В процессе проведения учебных занятий могут быть использованы мультимедийные технологии, аудиоаппаратура, видеоаппаратура.

Для подготовки к учебным занятиям используются университетский библиотечный фонд, кафедральная библиотека, современные информационные и коммуникационные технологии (Интернет), при необходимости аудио- и видеотека, видеокамера, фотоаппаратура, компьютерная и копировальная техника.

Лицензионные программы

* Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.
* Антивирус ESET Endpoint Antivirus for Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №1110 от 15.12.2014 г., действующая лицензия.
* Операционная система WindowsPro 7 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, Open License: 47357816, договор №17-10-оаэ ГК от 29.10.2010 г., действующая лицензия.
* Офисный пакет программ Microsoft Office Standard 2010 OLP NL Academic, OpenLicense: 60696830, договор №200712-1Ф от 20.07.2012 г., действующая лицензия.
* Программа для просмотра файлов формата Dj Vu Win Dj View, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.
* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое

программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.
* Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	**Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**	**Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа**
ул. Гагарина, дом 36. Аудитория № 201 Аудитория для лекционных и практических занятий	(ВА0000007124), стол ученический - 18 шт., стул ученический – 37 шт., доска 1000*3000 зеленая ДА-32э 5р.п. – 1 шт., стол однотумбовый (ВА0000006622), мультимедийный класс в составе: интерактивная система SMART Boaro SB685. ноутбук HP Pavilion g6-2364/мышь, кабель, коммутатор-D-Link (ВА0000005366).	Компьютер в сборе (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) Лицензионные программы *Операционная система MicrosoftWindowsPro 7 RUSUpgrdOLPNLAcdmc, контракт №16-10-ОАЭ ГК от 08.09.2010 г. *Офисный пакет программ MicrosoftOf6ceProPlus 2010 RUSOLPNLAcdmc, контракт №16-10-ОАЭ ГК от 08.09.2010 г. *Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатнаялицензия, пролонгировано. * Антивирус ESET EndpointAntivirusforWindows, лицензия EAV-0120085134, контракт №26О916-ЛД от 12.12.2016 г., действующая лицензия.. * Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для просмотра файлов формата PDF AdobeReader M, открытоепрограммное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Браузер MozillaFirefox, открытое программное обеспечение, бесплатнаялицензия, пролонгировано. *Программа для просмотра изображений ACDSeeFree,0TkpbIToerrpowarv1MHое обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для воспроизведения звуковых файлов AIMP, открытое программное

		обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для записи дисков ASHAMPUBurningstudiofree, открытоепрограммное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для ухода за системой CCleaner, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для диагностики и мониторинга жесткого диска программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа дляпроектирования принципиальных электрических схема и печатных плат DiptraceFree, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Файловый менеджер FreeCommanderXE, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для компьютерного тестирования MyTest, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для автоматизированного проектирования с возможностью оформления проектной и конструкторской документации.