Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама

38.02.04. Коммерция (по отраслям)

Форма обучения: *очная, заочная*

Вологда, 2016 г.

38.02.04 РП Реклама, 2016

Рассмотрена цикловой комиссией
организация и технология ведения бизнеса
Протокол № 1 от «07» сентября 2016 г.
Председатель цикловой комиссии
_____В. А. Груничева

Утверждаю
Зам. директора по учебной работе
_____И.Н. Кириллова

Согласовано
Зам. директора по методической работе
_____Е.И. Панчук

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчик:
Кузнецова Г.В. - преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж
Груничева В.А. – преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 38.02.04. Коммерция (по отраслям)

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО и потребностям рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

ПК „ИНТРО" рук. подготовки кер. м — _____ — Кротова С.В.
Место работы, должность — подпись — Ф.И.О.

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 12
5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ 14
6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 15

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Реклама

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена, в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области экономики и организации торговли

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Общепрофессиональная дисциплина профессионального цикла.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- правовую основу рекламы;
- психологические основы создания и размещения рекламы;
- виды и средства рекламы, особенности их применения в торговле;
- организацию и планирование рекламных кампаний на торговом предприятии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- определять экономическую эффективность рекламы;
- разрабатывать рекламные тексты;
- создавать различные средства рекламы с использованием компьютерной графики;
- планировать рекламную кампанию торгового предприятия;
- составлять медиаплан для предприятия торговли

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48/24 часов;

самостоятельной работы обучающегося 10/62 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	**Объем часов**	
	очная	***заочная***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	*72*	*72*
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	*48*	*10*
в том числе:		
практические занятия	*28*	*2*
контрольные работы	-	
курсовая работа (проект) (*не предусмотрено)*		
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	*24*	*62*
в том числе:		
Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой *Подготовка сообщений, рефератов по темам* *Решений задач и ситуаций* *Создание презентаций*	*24*	*62*
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Реклама

Очная форма обучения

Наименование тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Максим. количество часов	Обязательное количество часов		Сам. работа	Уровень освоения
				Теор	ПЗ		
1	2		3	4		5	6
Тема 1. Понятие рекламы. История становления и развития рекламы	**Содержание**		**7**	**4**	**0**	**3**	
	1.	Понятие и сущность рекламы. Основные характеристики и функции рекламы	3	2	0	1	2
	2.	История рекламы Древнего мира. Реклама в Средние века. Западноевропейска и американская реклама Нового времени. История рекламы в России	4	2	0	2	2
	Самостоятельная работа						
	Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем). Написать реферат на тему «Основные периоды и направления в развитии рекламы» Составить презентацию «Реклама в России»						
Тема 2. Законодательная база рекламы	**Содержание**		**9**	**2**	**4**	**3**	
	1.	Законодательная база регулирования рекламной деятельности. Товарные знаки предприятий торговли. Фирменный стиль предприятий	5	2	0	3	2
	Практическая работа						
	1.	П/Р №1. Решение ситуационных задач на законность применения рекламы в торговле	2		2	0	3
	2.	П/Р №2. Создание логотипов предприятий торговли с использованием Corel Draw	2		2	0	3
	Самостоятельная работа						
	Разработать элементы фирменного стиля предприятия Создать презентацию о предприятии						
Тема 3. Психологические основы рекламы	**Содержание**		**7**	**2**	**2**	**3**	
	1.	Процесс воздействия и восприятия рекламы в торговле. Факторы, обеспечивающие привлечение внимания к рекламе	5	2	0	3	2
	Практическая работа						
	1.	П/Р №3. Анализ психологического восприятия рекламы	2		2	0	3
	Самостоятельная работа						
	Написать рефераты: Воздействие света в рекламе Воздействие цвета в рекламе						
Тема 4. Виды и средства рекламы и их применение	**Содержание**		**26**	**4**	**14**	**8**	
	1.	Классификация рекламы по различным признакам	6	2	0	4	2
	2.	Характеристика средств распространения рекламы. Их достоинства и недостатки	6	2	0	4	2
	Практическая работа						
	1.	П/Р №4. Анализ использования рекламы в прессе	2		2	0	3
	2.	П/Р №5. Анализ качества исполнения и размещения рекламных текстов рекламного киноролика	2		2	0	3

	3.	П/Р №6. Создание дизайна визитки, с использованием Corel Draw	2		2	0	3
	4.	П/Р №7. Создание дизайна обложки журнала с использованием Corel Draw	2		2	0	3
	5.	П/Р №8. Создание дизайна буклета с использованием Corel Draw	2		2	0	3
	6.	П/Р №9. Создание интернет-баннера с использованием Adobe Photo Shop	2		2	0	3
	7.	П/Р №10. Разработка рекламного ролика	2		2	0	3
	Самостоятельная работа						
	Провести исследования: Анализ наружной рекламы Анализ рекламы на радио Анализ рекламы в Интернет (сайт ВКК) Анализ рекламы в торговой точке розничного магазина						
Тема 5. Организация и планирование рекламных кампаний на предприятии	**Содержание**		**9**	**2**	**4**	**3**	
	1.	Рекламная кампания. Понятие. Основные цели. Этапы планирования. Процесс медиапланирования на предприятии торговли. Организация выставочной деятельности на предприятии торговли	5	2	0	3	2
	Практическая работа						
	1.	П/Р №11. Разработка плана рекламной кампании для предприятия розничной торговли	2		2	0	3
	2.	П/Р №12. Анализ организации и оформления выставки или ярмарки	2		2	0	3
	Самостоятельная работа						
		Разработать медиаплан для торгового предприятии Написать отчет об организации и оформлении выставки или ярмарки					
Тема 6. Эффективность рекламной деятельности	**Содержание**		**12**	**4**	**4**	**4**	
	1.	Понятие эффективности рекламы. Виды эффективности рекламы на предприятиях торговли	4	2	0	2	2
	2.	Способы оценки эффективности рекламы в сфере торговли	4	2	0	2	2
	Практическая работа						
	1.	П/Р №13. Определение эффективности рекламы розничного торгового предприятия	2		2	0	3
	2.	П/Р №14. Оценка эффективности разработанной рекламной кампании для предприятия торговли.	2		2	0	3
	Самостоятельная работа						
	Решение задач и ситуаций на оценку эффективности рекламы торгового предприятия						
		Дифференцированный зачет	2	2	0	0	3
		Всего	**72**	**20**	**28**	**24**	

Заочная форма обучения

Наименование тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Максим. количество часов	Обязательное количество часов		Сам. работа	Уровень освоения
			Теор	ПЗ		
1	2	3	4		5	6
Тема 1. Понятие рекламы. История становления и развития рекламы	**Содержание**	**7**	**2**		**5**	
	1. Понятие и сущность рекламы. Основные характеристики и функции рекламы	3	2		1	2
	2. История рекламы Древнего мира. Реклама в Средние века. Западноевропейска и американская реклама Нового времени. История рекламы в России	4			4	2
	Самостоятельная работа					
	Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем). Написать реферат на тему «Основные периоды и направления в развитии рекламы» Составить презентацию «Реклама в России»					
Тема 2. Законодательная база рекламы	**Содержание**	**9**	**2**		**7**	
	1. Законодательная база регулирования рекламной деятельности. Товарные знаки предприятий торговли. Фирменный стиль предприятий	5	2		3	2
	Практическая работа					
	1. П/Р №1. Решение ситуационных задач на законность применения рекламы в торговле	2			2	3
	2. П/Р №2. Создание логотипов предприятий торговли с использованием Corel Draw	2			2	3
	Самостоятельная работа					
	Разработать элементы фирменного стиля предприятия Создать презентацию о предприятии					
Тема 3. Психологические основы рекламы	**Содержание**	**7**			**7**	
	1. Процесс воздействия и восприятия рекламы в торговле. Факторы, обеспечивающие привлечение внимания к рекламе	5			5	2
	Практическая работа					
	1. П/Р №3. Анализ психологического восприятия рекламы	2			2	3
	Самостоятельная работа					
	Написать рефераты: Воздействие света в рекламе Воздействие цвета в рекламе					
Тема 4. Виды и средства рекламы и их применение	**Содержание**	**26**	**2**	**1**	**23**	
	1. Классификация рекламы по различным признакам	6	2		4	2
	2. Характеристика средств распространения рекламы. Их достоинства и недостатки	6			6	2
	Практическая работа					
	1. П/Р №4. Анализ использования рекламы в прессе	2			2	3
	2. П/Р №5. Анализ качества исполнения и размещения рекламных текстов рекламного киноролика	2			2	3
	3. П/Р №6. Создание дизайна визитки, с использованием Corel Draw	2			2	3

	4.	П/Р №7. Создание дизайна обложки журнала с использованием Corel Draw	2			2	3
	5.	П/Р №8. Создание дизайна буклета с использованием Corel Draw	2			2	3
	6.	П/Р №9. Создание интернет-баннера с использованием Adobe Photo Shop	2			2	3
	7.	П/Р №10. Разработка рекламного ролика	2		1	1	3
	Самостоятельная работа						
	Провести исследования: Анализ наружной рекламы Анализ рекламы на радио Анализ рекламы в Интернет (сайт ВКК) Анализ рекламы в торговой точке розничного магазина						
Тема 5. Организация и планирование рекламных кампаний на предприятии	**Содержание**		**9**			**9**	
	1.	Рекламная кампания. Понятие. Основные цели. Этапы планирования. Процесс медиапланирования на предприятии торговли. Организация выставочной деятельности на предприятии торговли	5			5	2
	Практическая работа						
	1.	П/Р №11. Разработка плана рекламной кампании для предприятия розничной торговли	2			2	3
	2.	П/Р №12. Анализ организации и оформления выставки или ярмарки	2			2	3
	Самостоятельная работа						
		Разработать медиаплан для торгового предприятии Написать отчет об организации и оформлении выставки или ярмарки					
Тема 6. Эффективность рекламной деятельности	**Содержание**		**12**		**1**	**11**	
	1.	Понятие эффективности рекламы. Виды эффективности рекламы на предприятиях торговли	4			4	2
	2.	Способы оценки эффективности рекламы в сфере торговли	4			4	2
	Практическая работа						
	1.	П/Р №13. Определение эффективности рекламы розничного торгового предприятия	2		1	1	3
	2.	П/Р №14. Оценка эффективности разработанной рекламной кампании для предприятия торговли.	2			2	3
	Самостоятельная работа						
	Решение задач и ситуаций на оценку эффективности рекламы торгового предприятия						
		Дифференцированный зачет	2	2			3
		Всего	**72**	**8**	**2**	**62**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета маркетинга;
Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя, оборудованное персональным компьютером с лицензионным или свободным программным обеспечением, соответствующим разделам программы и подключенным к сети Internet и средствами вывода звуковой информации.

Технические средства обучения:

- мультимедиапроектор или мультимедийная доска.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

а) Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: конституция: от 30.12.2008 N 6-ФКЗ / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации Ч. 1,2,4 М: [Электронный ресурс]: кодекс: от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ (в ред. Постановлением Конституционного Суда РФ от 27.06.2012 N 15-П) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
3. Кодекс об административно-правовых нарушениях Российской Федерации [Электронный ресурс]: кодекс: от 30.12.2001 N 195-ФЗ (в ред. от 03.07.2016 N 353-ФЗ) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
4. О рекламе [Электронный ресурс]: фед. закон: от 13.03.2006, №38-ФЗ (в ред. от 08.03.2015) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
5. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: закон Российской Федерации : от 07.02.92, № 2300-1 (в действующей редакции) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.

б) Основные источники

1. Марочкина, С.С. Введение в специальность: реклама : учебное пособие / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01657-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757

2. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253783

3. Поляков, В.А. Основы рекламы : учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 718 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-01059-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432

в) дополнительная литература

1. Кузнецов, Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы [Текст] : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков и К, 2014. - 295 с.

2. Полукаров, Вячеслав Львович. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учеб. пособие для спо / В. Л. Полукаров, С. Н. Рощупкин, К. А. Кобулашвили. - М. : КНОРУС, 2012. - 348 с.

3. Щепилова, Галина Германовна. Основы рекламы [Текст] : учебник для бакалавров / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. - М. : Юрайт, 2012. - 512 с.

4. Антипов, Константин Валерьевич. Основы рекламы [Текст] : учебник для вузов / К. В. Антипов. - 2-е изд. - М. : Дашков и К°, 2012. - 328 с.

г) Периодические издания

1. Маркетинг в России и за рубежом. [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.mavriz.ru/
2. Маркетолог [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.marketolog.ru/

д) Интернет ресурсы:

№ п/п	Наименование ресурса	Электронный адрес
1.	Реклама и PR. Бесплатные электронные книги	category/biznes-ekonomika-finansy/reklama
2.	Новости рекламы	otherreferats.allbest.ru
3.	Реклама и маркетинг в России и в мире	adindex.ru
4.	Новости рекламы, маркетинга и креатива	willad.ru
5.	Информационный портал Basinform	http://basinform.ru/samoe-glavnoe-o-marketinge
6.	Административно-управленческий портал	http://www.aup.ru/articles/marketing/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения	
Определять экономическую эффективность рекламы	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
Разрабатывать рекламные тексты	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
Создавать различные средства рекламы с использованием компьютерной графики	Защита практической работы в виде презентации предприятия Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
Планировать рекламную компанию торгового предприятия	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
Составлять медиаплан для предприятия торговли	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
Знания	
Правовая основа рекламы	Текущий - Устный опрос Итоговый - Зачет
Психологические основы создания и размещения рекламы	Текущий - Устный опрос Итоговый - Зачет
Виды и средства рекламы, особенности их применения	Текущий - Тестовый опрос Итоговый - Зачет
Организация и планирование рекламных компаний на торговом предприятии	Текущий - Тестовый опрос Итоговый - Зачет

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность профессиональных компетенций.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	-планирование рекламной компании; -составление медиаплана для предприятия торговли	Выполнение и защита практических работ.
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	-определение экономической эффективности рекламы	Выполнение и защита практических работ
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	-проведение маркетинговых исследований; -создавать различные средства рекламы с использованием компьютерной графики	Выполнение и защита практической работы в виде презентации предприятия
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	- оценка конкурентоспособности товаров, конкурентоспособных преимуществ организации; - оценка реализации рекламной компании на предприятии торговли	Выполнение и защита практических работ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- работа с использованием современного оборудования и информационно-коммуникационных технологий	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, коллегами, руководителями и потребителями.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.	- владение логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ

Код компетенции	Наименование компетенции
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 10.	Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

По итогам изучения дисциплины предусмотрен дифференцированный зачет (2 теоретических вопроса и решение задачи)

Примерные теоретические вопросы для зачета

1. Раскройте понятие и сущность рекламы.
2. Перечислите основные характеристики и функции рекламы.
3. Охарактеризуйте основные направления рекламы Древнего мира.
4. Раскройте основные направления развития рекламы в Средние века.
5. Охарактеризуйте западноевропейскую и американскую рекламу Нового времени.
6. Назовите основные направления развития рекламы в России.
7. Назовите основные законодательные и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в России и в мире в целом.
8. Раскройте понятие товарного знака предприятия торговли. Что означают понятия охраноспособность и рекламоспособность товарного знака?
9. Дайте понятие фирменного стиля предприятия торговли. Раскройте основные компоненты и функции.
10. Раскройте механизм психологического воздействия рекламы на потребителя.
11. Раскройте классификацию рекламы по различным признакам.
12. Назовите основные виды рекламы в прессе.
13. Назовите основные виды печатной рекламы.
14. Назовите основные виды радио- и телерекламы.
15. Перечислите основные виды Интернет-рекламы.
16. Раскройте основные направления наружной рекламы.
17. Охарактеризуйте основные направления пиара.
18. Дайте понятие рекламной кампании. Раскройте цели рекламной кампании для торгового предприятия.
19. Раскройте процесс медиапланирования на предприятии торговли.
20. Дайте понятие выставки. В чем состоит отличие выставки от ярмарки?
21. Дайте понятие эффективности рекламы. Назовите основные виды эффективности рекламы в торговле.

Примерные практических заданий для дифференцированного зачета

1. Решение задач по определению эффективности рекламы
2. Составление Медиа-плана по заданию преподавателя
3. Составление пресс-релиза по заданию преподавателя
4. Составление объявления о проведении дегустации по заданию преподавателя

Критерии оценки:
«отлично» - за правильное выполнение всех теоретических вопросов и практического задания;
«хорошо» - за правильное выполнение любого теоретического вопроса и практического задания или неполное раскрытие двух теоретических вопросов и выполнение практического задания;
«удовлетворительно» - за неполное раскрытие одного вопроса и выполнение практического задания или за раскрытие двух теоретических вопросов;
«неудовлетворительно» - за выполнение задания, менее половины.