



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**по организации и методическому сопровождению
самостоятельной работы студентов**

при изучении учебной дисциплины

ОСГЭ.05 Введение в специальность: общие компетенции профессионала

по специальности

42.02.01 Реклама

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАНИРОВАНИЮ И ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

1.1. Методические рекомендации по организации и методическому сопровождению самостоятельной работы обучающихся разработаны согласно Федеральному закону Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"; Федеральному государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования (по специальности); Приказу Минпросвещения России от 24.08.2022 N 762 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования", Положения об организации самостоятельной работы студентов, Методических рекомендаций по организации и методическому сопровождению самостоятельной работы студентов СПО.

1.2. Обоснование расчета времени, затрачиваемого на выполнение внеаудиторной самостоятельной работы обучающимися:

Преподаватель эмпирически определяет затраты времени на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания: на основании наблюдений за выполнением обучающимися аудиторной работы, опроса обучающихся о затратах времени на то или иное задание, хронометража собственных затрат на решение той или иной задачи из расчета уровня знаний и умений студентов. По совокупности затрачиваемых усилий и в зависимости от трудоемкости выполняемых заданий, определяется количество часов на выполнение каждого задания по самостоятельной работе. По совокупности заданий определяется объем времени на внеаудиторную самостоятельную работу по каждой теме и в целом по учебной дисциплине.

2. ВИДЫ И ФОРМЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.

2.1. Учебной дисциплиной ОСГЭ.05 «Введение в специальность: общие компетенции профессионала» предусмотрен следующий объем самостоятельной работы обучающихся:

Вид самостоятельной работы студентов	Объем часов
Внеаудиторная самостоятельная работа	18

2.2. Формы самостоятельной работы, виды заданий по учебным темам:

Самостоятельная работа № 1. Роль рекламы в современном обществе, кол-во час. 2

Задание 1. Изучите Федеральный закон «О рекламе» РФ. Расшифруйте понятия: объект рекламирования, рекламодаделец, рекламопроизводитель, потребитель рекламы, спонсорская реклама, социальная реклама. Определения выпишите в тетрадь. Найдите примеры для данных понятий на примере Удмуртской Республики.

Задание 2. Ответьте на вопросы:

1. Какие цели и задачи рекламы вам известны?
2. Перечислите и охарактеризуйте функции рекламы?
3. Какие средства маркетинговых коммуникаций существуют наравне с рекламой?

Самостоятельная работа № 2. Исторические этапы развития рекламы, кол-во час. 2

Задание 1. Проанализируйте в Интернете рекламу советского периода (1917 - 1980 гг.). Выявите общие и характерные черты советской и современной российской рекламы. Сравните советские рекламные плакаты с современными рекламными плакатами. Выводы запишите в тетради.

Задание 2. Подготовьте доклад.

Темы докладов (распределение тем докладов между обучающимися проводит преподаватель):

1. Начальные формы российской рекламы. Устная и письменная реклама.
2. Влияние петровских реформ на развитие рекламы.
3. Особенности рекламной деятельности в российской прессе. Понятие «суплемент». Причины появления скрытой рекламы.
4. Живописная вывеска в России.
5. Советская реклама.
6. Начальные формы российской рекламы. Устная и письменная реклама.
7. Влияние петровских реформ на развитие рекламы.
8. Особенности рекламной деятельности в российской прессе. Понятие «суплемент». Причины появления скрытой рекламы.
9. Живописная вывеска в России.
10. Советская реклама.

Самостоятельная работа № 3. Реклама в системе маркетинга, кол-во час. 2

Задание 1. Проработка конспекта занятия.

Задание 2. Подготовьте ответы на вопросы в виде докладов:

1. Понятие «маркетинг». Составляющие элементы маркетингового комплекса.
2. Цена как элемент маркетингового комплекса.
3. Каналы распределения. Прямой маркетинг.

4. Средства коммуникации. Функционирование всех элементов маркетингового комплекса как средств коммуникации.

Самостоятельная работа № 4. Средства и каналы распространения рекламы, кол-во час.2

Задание 1. Проработка конспекта занятия.

Задание 2. Подготовьте доклады на темы:

1. Телереклама, ее виды. Достоинства и недостатки телерекламы. Зэппинг.
2. Радиореклама, ее виды. Достоинства и недостатки радиорекламы.
3. Реклама в прессе. Достоинства и недостатки. Объявления и публикации.
4. Виды периодических изданий для размещения рекламных объявлений.
5. Печатная реклама, ее виды. Достоинства и недостатки.
6. Наружная реклама. Стационарные и временные средства наружной рекламы. Щитовая реклама, реклама в местах продаж, транспортная реклама. Достоинства и недостатки.
7. Рекламные сувениры.
8. Директ-маркетинг.

Самостоятельная работа № 5. Рекламный процесс и его участники, кол-во час.2

Задание. Выбрать 3 продукта из различных товарных категорий. Определить для каждого из них профиль целевой аудитории.

Оформить в виде доклада.

Самостоятельная работа № 6. Рекламный продукт: основные жанры, кол-во час.4

Задание 1.

Подготовка презентации. Составить презентацию в любом графическом редакторе (например, Paint) из 10-15 слайдов с примерами рекламных продуктов.

Критерии оценивания презентации:

Представлена презентация (10-15 слайдов), выполненная с учетом всех требований- «отлично».

Слайдов меньше (5-7), примеры в ряде случаев отсутствуют)- «хорошо»

Слайды есть, но они не подкреплены примерами- «удовлетворительно»

Задание 2.

Приведите примеры наиболее запомнившихся вам рекламных слоганов и попробуйте проанализировать их: как они влияют на целевую аудиторию и лично на вас. Назовите наиболее запомнившиеся вам телевизионные рекламные ролики и объясните, почему они произвели на вас впечатление.

Оценивание работы:

Приведены примеров слоганов, рекламных роликов, есть анализ и выводы-«отлично»

«есть только примеры, отсутствуют выводы- «хорошо», приведены примеры слоганов или роликов – «удовлетворительно»

Самостоятельная работа № 7. Специалист по рекламе в современном обществе, кол-во час.2

Задание 1. Проработка конспектов занятия.

Задание 2. Подготовьте ответы на вопросы:

1. Каким багажом знаний должен обладать специалист по рекламе?
2. В чем заключается специфика деятельности специалиста по рекламе?
3. Какие основные задачи выполняет специалист по рекламе?
4. Раскройте основные виды деятельности специалиста по рекламе?
5. Какими профессионально личностными качествами должен обладать специалист по рекламе?
6. Карьера в рекламе: самопродвижение и самореклама.

Самостоятельная работа № 8. Социально-этические аспекты рекламы в современной России, кол-во час.2

Задание 1. Работа в подгруппах (распределение на практических занятиях).
Ответить на следующие вопросы (распределить ответы внутри подгруппы):

1. Общие требования, предъявляемые к рекламе согласно закону «О рекламе».
2. Понятие достоверность в рекламе. Контроль над содержанием рекламных сообщений.
3. Недобросовестная реклама и ее формы.
4. Этика рекламы: образы, сравнения, выражения.
5. Особенности использования в рекламе иностранных слов.
6. Требования к рекламированию деятельности, подлежащей лицензированию или требующей особого разрешения. Реклама товаров, подлежащих обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов.
7. Что такое «Продакт-плейсмент»? Какого его правовое регулирование?
8. Товары, реклама которых не допускается.
9. Права несовершеннолетних и их отражение в законодательстве о рекламе.
10. Требования, предъявляемые к рекламе в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта. Ограничения, направленные на сокращение рекламы, воздействующей на несовершеннолетних при ее распространении. Использование образов несовершеннолетних в рекламе.
11. Порядок прерывания рекламой теле – и радиопрограмм.
12. Реклама в периодических печатных изданиях.
13. Особенности рекламы в кино- и видеообслуживании.
14. Распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной

радиотелефонной связи.

15. Особенности распространения наружной рекламы. Порядок установки рекламной конструкции для распространения наружной рекламы.
16. Особенности рекламы на транспортных средствах.
17. Понятие саморегулирования рекламной деятельности.
18. Система органов саморегулирования рекламы в России.
19. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы.
20. Международные органы саморегулирования рекламы.
21. Профессиональные стандарты в рекламе, принимаемые отдельными участниками рекламного рынка.
22. Международный и российский этические кодексы в сфере рекламы.
23. Полномочия Федеральной антимонопольной службы.
24. Организация и проведение проверок ФАС.
25. Порядок вынесения решений и предписание ФАС.
26. Ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе.

Задание 2. Подготовка доклада

Вспомните рекламные ролики, просмотрите печатные рекламные сообщения и приведите примеры нарушения в данных рекламных сообщениях культурно-этических ценностей. Аргументируйте свою оценку. Доклады проиллюстрируйте примерами рекламных обращений.

Критерии оценки доклада:

самостоятельность работы над докладом 1 балл

оригинальность 1 балл

артистизм и выразительность выступления 1 балл

глубина и широта знаний по проблеме 1 балл

компетентность докладчика (ответы на вопросы) 1балл

3. ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Результаты самостоятельной работы

Оценки за выполнение заданий могут выставляться по пятибалльной системе или в форме зачета и учитываться как показатели текущей успеваемости обучающихся.

Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений		Критерии оценки результата
балл (оценка)	вербальный аналог	
5	отлично	Представленные работы высокого качества, уровень выполнения отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы,

		выполнены все предусмотренные программой обучения задания.
4	хорошо	Уровень выполнения работы отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения задания выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
3	удовлетворительно	Уровень выполнения работы отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
2	не удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения заданий не выполнено.

4. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБУЧЕНИЯ.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

№ п/п	Наименование учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы
I	Основные источники
1	Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. — Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2022. — 240 с. — (ПРОФИЛЬ). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1842548
I	Дополнительные источники
1	Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/511792
2	Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный //

	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/511938
II	I Периодические издания
	1 НИР. Современная коммуникативистика, 2014, № 1(8)-М.:НИЦ ИНФРА-М,2014.-64 с.[Электронный ресурс]. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/453511
	2 PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=37736
	3 PR и реклама: традиции и инновации.- https://elibrary.ru/title_about.asp?id=52852
	4 Центральный научный вестник.Общество с ограниченной ответственностью «РЕКЛАМА И ТОРГОВЛЯ».- https://elibrary.ru/title_about.asp?id=58172
V	I Программное обеспечение и Интернет-ресурсы
	http://www.advertology.ru – Сайт о рекламе, маркетинге и PR