

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский  
государственный университет им. Н.И. Лобачевского»**

**И.В. Большакова**

**Методические рекомендации для самостоятельной работы  
обучающихся по дисциплине  
«Реклама»**

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методической комиссией института экономики  
и предпринимательства для студентов очной формы обучения, обучающихся  
по программе среднего профессионального образования  
специальность 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

Нижний Новгород  
2017

УДК 659.1  
ББК 65.422  
Б-79

Б-79      Большакова И.В. Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Реклама»: учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. – 13 с.

Рецензент: руководитель направления по работе с клиентами и продажам ООО «Metro Cash&Carry» **А.А. Смирнов**

В учебно-методическом пособии представлены рекомендации по выполнению заданий в процессе самостоятельной работы обучающихся в соответствии с тематическим планом по дисциплине «Реклама».

Пособие предназначено для студентов очной формы обучения, обучающихся по программе среднего профессионального образования специальность 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Ответственный за выпуск:  
председатель методической комиссии ИЭП ННГУ,  
к.э.н., доцент Летягина Е.Н.

УДК 620.4  
ББК 30.609

© **Национальный исследовательский  
Нижегородский государственный  
университет им. Н.И. Лобачевского, 2017**

## СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ.....	6
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ В ПРОЦЕССЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	7
Самостоятельная работа № 1.....	7
Самостоятельная работа № 2.....	9
Самостоятельная работа № 3.....	10
Приложение.....	12

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Методические рекомендации предназначены для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Реклама» профессионального модуля (далее – ПМ) ПМ.02. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» для студентов очной формы обучения, обучающихся по программе среднего профессионального образования специальность 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Самостоятельная работа обучающихся является одним из основных методов углубления знаний, приобретения необходимых умений.

Главной задачей самостоятельной работы является развитие общих и профессиональных компетенций, умений приобретать научные знания путем личных поисков, формирование активного интереса и вкуса к творческому самостоятельному подходу в учебной и практической работе.

Самостоятельная работа складывается из изучения учебной и специальной литературы, как основной, так и дополнительной, нормативного материала, конспектирования источников, подготовки устных и письменных сообщений, докладов-презентаций.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы разработаны на основе ФГОС СПО по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» и в соответствии с Программой учебной дисциплины «Реклама» специальности среднего профессионального образования 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)». Дисциплина «Реклама» входит в профессиональный модуль ПМ.02. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности». При реализации программы у обучающихся формируются следующие компетенции:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
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.

Результатом освоения учебной дисциплины являются предусмотренные ФГОС по специальности умения и знания, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций.

В результате освоения учебной дисциплины обучаемый должен уметь:

- выявлять, удовлетворять потребности;
- обеспечивать продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- средства удовлетворения потребностей, продвижения товаров,

маркетинговые коммуникации и их характеристику;

- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, показатели оценки

конкурентоспособности;

- этапы маркетинговых исследований, их результат.

Самостоятельная работа студента должна начинаться с изучения, осмысления изложенной темы в учебной, справочной литературе.

В методических рекомендациях представлена тематика самостоятельных работ, задания для самостоятельной работы и формы их представления, время, отведенное на их выполнение, рекомендации по выполнению заданий, в частности, дан алгоритм выполнения задания, сформулированы критерии самооценки выполненной работы, виды контроля качества выполненной работы, рекомендуемые источники информации.

Предлагаемые рекомендации разработаны в помощь обучающемуся, выполняющему внеаудиторную самостоятельную работу.

## ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

В соответствии с рабочей программой дисциплины «Реклама» предусмотрены следующие виды заданий для самостоятельной работы обучающегося (таблица 1)

Таблица 1- Содержание самостоятельной работы

№	Название темы	Задание	Форма представления задания
1	<b>Тема 1.4 Основные принципы и особенности рекламной деятельности и в торговле</b>	- конспектирование и составление таблицы по теме при помощи первоисточников (учебной литературы); - работа в электронной библиотечной системе.	Таблица
2	<b>Тема 2.1. Средства</b>	- конспектирование первоисточников (учебной	Конспект

	<b>распространения рекламы</b>	литературы); - работа в электронной библиотечной системе; - изучение конспекта лекций.	
3	<b>Тема 2.4 Рекламные агентства и их функции</b>	- конспектирование первоисточников (учебной литературы); - работа в электронной библиотечной системе; - изучение конспекта лекций.	Конспект

Объем часов самостоятельной работы определен в рабочей программе дисциплины для каждого года набора и формы обучения. Распределение объема учебной нагрузки обучающегося по темам содержится в приложении к данному учебно-методическому пособию.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ В ПРОЦЕССЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

### Самостоятельная работа №1

#### **Тема 1.4 Основные принципы и особенности рекламной деятельности в торговле**

**Цель:** систематизировать и углубить знания о средствах внутримагазинной рекламы

**Задание:** Составление таблицы по теме, поиск практических примеров.

**Форма представления задания:** иллюстрированная таблица

**Контроль качества выполненной работы:** просмотр таблицы, устный опрос.

Критерии оценки выполненной работы: соответствие содержания таблицы поставленному заданию; аккуратность и правильность составления таблицы; логичность; правильность использования терминологии,

наглядность, иллюстративность. Минимальное количество рассматриваемых видов POS-материалов – 10.

**Требования к выполнению:**

Задание 1. Используя лекционный материал и дополнительные источники информации, рекомендуемый список литературы составить конспект, изложив содержание следующих вопросов:

1. Задачи и функции средств POS
2. Виды POS в магазине и их краткая характеристика (см. подробно задание 2)
3. Правила размещения внутримагазинных POS-материалов.
4. Классификация POS-материалов по назначению.

Задание 2. Используя лекционный материал и дополнительные источники информации, рекомендуемый список литературы составить таблицу «Виды POS-материалов в торговом зале». Таблица должна иметь следующий вид.

**Таблица.**

**Виды POS в магазине и их краткая характеристика**

Наименование POS-материалов	Краткое описание	Пример (иллюстрация)

**Рекомендуемые источники информации:**

1. Чкалова О. В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник / О.В. Чкалова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 384 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-91134-804-5, 1000 экз. С. 248-251
2. Алексина С. Б., Иванов Г.Г., Крышталеv В.К. Методы стимулирования продаж в торговле: Учебник - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 304 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0526-5. С. 187-192



## Самостоятельная работа №2

### Тема 2.1 Средства распространения рекламы

Цель: изучить и систематизировать материал о средствах распространения рекламы:

**Задание 1:** Составление опорного конспекта по теме.

**Форма представления задания:** конспект

**Контроль качества выполненной работы:** просмотр конспекта, устный опрос.

Критерии оценки выполненной работы: соответствие конспекта теме; аккуратность и правильность написания опорного конспекта; логичность; правильность использования терминологии.

#### **Требования к выполнению:**

Используя лекционный материал, нормативно-правовые документы и рекомендуемый список литературы, найти и законспектировать:

1) сущность следующих понятий «АТЛ-реклама», «медиа», «носитель информации», «рейтинг издания», «рекламный каталог», «рекламный проспект», «рекламный буклет», «рекламная листовка», «адвенториал», «тестимониалс», «продактплейсмент», «билборд», «брендмауэр», «штендер», «баннер», «таргетинг», «паблик релейшенс».

2) критерии, по которым необходимо оценивать выбор средств распространения рекламы;

3) составить краткую характеристику основных средств распространения рекламы, указав их достоинства и недостатки.

#### **Рекомендуемые источники информации:**

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7](http://www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7). Глава 6. Средства распространения рекламы. С. 168.

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33](http://www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33). Глава 2. Виды и средства рекламы. С.30.

### Самостоятельная работа №3

#### Тема 2.4 Рекламные агентства и их функции.

**Цель:** изучить и систематизировать материал о видах и особенностях работы рекламных агентств г. Нижнего Новгорода.

**Форма представления задания:** таблица, конспект

**Контроль качества выполненной работы:** просмотр таблицы, конспекта, дискуссии.

Критерии оценки выполненной работы: соответствие конспекта теме; аккуратность и правильность написания опорного конспекта; логичность; правильность использования терминологии.

#### **Требования к выполнению:**

1. Собрать вторичные данные, характеризующие рекламный рынок г. Нижнего Новгорода
2. Сформировать выборку из числа рекламных агентств, находящихся в г. Нижнем Новгороде
3. Провести первичную группировку рекламных агентств по специализации
4. По рекламным агентствам, вошедшим в выборку собрать данные о специализации, выполняемых работах и услугах, их стоимости, особых условиях сотрудничества с клиентами
5. По результатам проделанной работы составить краткий отчет - доклад

**Методические указания для выполнения задания:**

При выполнении задания 2 необходимо придерживаться следующей последовательности действий:

1. По справочнику "www.alladvertising.ru" ([http://www.alladvertising.ru/info/?srchPat\[4\]=130&srchPat\[5\]=1](http://www.alladvertising.ru/info/?srchPat[4]=130&srchPat[5]=1)) и "nizhny-novgorod.best-choose.ru/services/smi-reklama/reklamnie-agentstva" или аналогичным информационно-справочным изданиям установить какие рекламные агентства официально зарегистрированы в г. Нижнем Новгороде и сформировать из них общий список с телефонами и адресами.

2. Отобрать из списка случайным образом 10 - 15 зарегистрированных рекламных агентств.

3. Собрать фактические данные о специализации, перечне выполняемых работ и услугах, их стоимости, особых условиях сотрудничества с клиентами по всем рекламным агентствам, вошедшим в выборку.

Рекомендуемые источники информации:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7](http://www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7). Глава 10. Организация деятельности рекламных служб.

Название темы	Задание для самостоятельной работы	Распределение бюджета времени на выполнение самостоятельной работы			
		2015 г.п. на базе 9 кл. очная форма обучения	2016 г.п. на базе 11 кл. очная форма обучения	2016 г.п. на базе 9 кл. очная форма обучения	2017 г.п. на базе 9 кл. очная форма обучения
<b>Тема 1.4</b> <b>Основные принципы и особенности рекламной деятельности в торговле</b>	- конспектирование и составление таблицы по теме при помощи первоисточников (учебной литературы); - работа в электронной библиотечной системе.	1	2	2	2
<b>Тема 2.1.</b> <b>Средства распространения рекламы</b>	- конспектирование первоисточников (учебной литературы); - работа в электронной библиотечной системе; - изучение конспекта лекций.	1	1	1	1
<b>Тема 2.4</b> <b>Рекламные агентства и их функции</b>	- конспектирование первоисточников (учебной литературы); - работа в электронной библиотечной системе; - изучение конспекта лекций.	1	2	2	2
<b>Итого</b>		3	5	5	5

**Инна Вячеславовна Большакова**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
ДИСЦИПЛИНЕ «РЕКЛАМА»**

*Учебно-методическое пособие*

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный  
университет им. Н.И. Лобачевского».  
603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23.