

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Краюшкина М.В.  
Должность: Директор  
Дата подписания: 14.11.2023 08:31:46  
Уникальный программный ключ:  
5e608be07b9761c0a5e2f0e4ccdabb2e4db1e603

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
«Университетский колледж»  
(АНО ПО «Университетский колледж»)**



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
учебной дисциплины профессионального  
учебного цикла  
**ОП.04 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

по специальности среднего профессионального образования

**42.02.01 Реклама**

(код, наименование специальности)

Москва, 2023

**Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Положение о разработке рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей по специальностям среднего профессионального образования**

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Университетский колледж» (АНО ПО «Университетский колледж»)

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>5</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>12</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>13</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОП.04 Рекламная деятельность

### 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.04 Рекламная деятельность

является обязательной частью общепрофессионального цикла ПОП-П в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ПК 4.1.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Код умений	Умения	Код знаний	Знания
ПК 4.1.		применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки		приемы и методы проектирования рекламного продукта
ОК 01		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации		Приемы и методы современных рекламно-коммуникативных технологий
ОК 02		определять задачи для поиска информации		

		использовать современное программное обеспечение		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		составление ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу рекламодателя		нормативные правовые документы о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; приемы и методы делового общения и ведения переговоров; основы психологии; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.
		консультирование клиентов компании, контроль исполнения рекламных кампаний		устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернеат, печатных изданий и т.д.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем в часах</b>
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	32-90
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>	24-72
в т. ч.:	
теоретическое обучение	8-18
практические занятия	24-72
<i>Самостоятельная работа</i>	
<b>Промежуточная аттестация</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч		Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы	Код Н/У/З
1	2	3		4	
		Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%	Обязат. часть ОП		
<b>РАЗДЕЛ I. Рекламный менеджмент</b>		<b>16/12</b>	<b>46/36</b>		
<b>Тема 1.1.</b> Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности.	<b>Содержание</b>				
	Основы теории услуг. Предпосылки возникновения сервисной деятельности. Противоречия сервисной деятельности. Виды сервисной деятельности.			ОК 01 ОК 02	
	Способы классификаций рекламы по целевой аудитории, по функциям и целям, по охватываемой территории, по видам носителей и т.д. Прямая и косвенная реклама. Социальная реклама. Требования, предъявляемые к современной рекламе.			ОК 01 ОК 02	
	Сущность рекламной деятельности. Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы.			ОК 01 ОК 02	

	Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие Участники РД.			OK 01	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>				
	Практическое задание 1: Разработка организационно-правовой структуры и функционала для специализированного рекламного предприятия			OK 01 OK 02	
	Практическое задание 2: Разработка организационно-правовой структуры и функционала для универсального рекламного предприятия			OK 01	
	Семинар: «Структура медиа и рекламного рынка г. Москва»			OK 01 OK 02	
	Семинар: Классификация рекламы по видам носителей			OK 01 OK 02	
<b>Тема 1.2.</b> Организация рекламной деятельности рекламодателем	<b>Содержание</b>				
	Рекламные отделы и их классификация. Организация рекламной деятельности мелкими и крупными рекламодателями			OK 01 OK 02	
	Задачи и принципы функционирования основных подразделений отдела рекламы. Взаимодействие отдела рекламы с другими подразделениями организации.			OK 01 OK 02	
	Организация работы крупными, средними и мелкими рекламодателями. Взаимодействие со средствами			OK 01	

	массовой информации.				
	Теория организации обслуживания. Современные формы обслуживания. Процесс принятия решения потребителем.			OK 01	
	Команда проекта. Управление проектом. Документооборот рекламного подразделения			OK 01	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>				
	Практическое задание 3: Составление объявления о вакансии менеджера по рекламе с определением качеств претендента при различных подходах к сущности менеджмента в рекламе			OK 01	
<b>Раздел 2. Организация взаимодействия участников рекламной деятельности</b>		<b>16/12</b>	<b>44/36</b>		
<b>Тема</b>	<b>Содержание</b>				
<b>2.1. Взаимодействие участников рекламной деятельности</b>	Этапы взаимоотношений в системе «рекламодатель–РА» каналы поступления информации о РА. Параметры оценки рекламодателем РА			OK 01	
	Технологическая цепочка разработки рекламы в РА. Формы и способы оплаты работы РА рекламодателем			OK 01	
<b>Тема 2.2</b>	<b>Содержание</b>				
Организация документооборота и его роль в рекламной деятельности	Этапы работы с клиентом и их документальное сопровождение. Производственная документация рекламной фирмы			OK 01	
	Бриффы. Сценарии. Рекламные тексты, макеты.			OK 01 OK 02	

	Календарный график рекламной кампании. Утвержденный бюджет. Эфирная справка. Акт сдачи-приемки работ			ОК 01 ОК 02	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>			ПК 4.1.	
	Практическое задание: Разработка брифа			ОК 01 ОК 02	
<b>Тема</b> 2.3	<b>Содержание</b>				
Копирайтинг рекламного текста.	Позиционирование УТП компании через текст.			ОК 01 ОК 02	
	Продающие тексты по формуле AIDA и 5W.			ОК 01	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>				
	Практическое задание Составление текста с использованием УТП компании.			ПК 4.1. ОК 01	
	Тренинг: Разработка нейминга и слогана»			ПК 4.1. ОК 01	
<b>Промежуточная аттестация</b>					
<b>Всего:</b>		<b>32/24</b>	<b>90/72</b>		

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет гуманитарных и социально-экономических дисциплин:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- столы ученические - 14 шт.;
- стулья ученические - 28 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- компьютер - 1 шт.;
- проектор - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 28 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 28 шт.;
- шкаф для хранения учебных материалов - 1 шт.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

#### **Основные источники:**

1. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/87862>

2. Ашмаров, И. А. Экономика : учебник для СПО / И. А. Ашмаров. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 184 с. — ISBN 978-5-4488-0283-6, 978-5-4497-0280-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/90005>

#### **Дополнительные источники:**

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/9533>

2. Казначеева, Н. Л. Экономика : практикум для СПО / Н. Л. Казначеева, Д. А. Казначеев, Т. А. Кулешова. — Саратов : Профобразование, 2022. — 81 с. — ISBN 978-5-4488-1509-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL:

<https://profspo.ru/books/125580>

#### Электронные ресурсы:

1. Электронный ресурс «Законодательство. Экономика». Форма доступа: <http://lawecon.ru/>
2. Электронный ресурс «Экономика и управление на предприятии» (учебные материалы для студентов). Форма доступа: <http://eumtp.ru/>
3. Электронная библиотека учебных материалов «Экономика.Info» (лекции, учебники, рефераты, статьи по экономике). Форма доступа: <http://www.economika.info/>
4. Вспомогательный учебный сайт «ZAV». Раздел «Лекции» (теория и практика рекламы, менеджмент в рекламе, организация отдела рекламы, организация деятельности рекламной службы фирмы). Форма доступа: <http://www.zav.su/lectures/>
5. Интернет-сайт «Библиотека менеджмента». Статья «Рекламный менеджмент». Форма доступа: <http://www.management.aanet.ru/management/reklmnedjment.php>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<p>– <b>Знания:</b></p> <p>– актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить</p> <p>– основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>– методы работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>– приемы и методы современных рекламно-коммуникативных технологий;</p> <p>– нормативные правовые документы о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; приемы и методы делового общения и ведения</p>	<p>знание студентом:</p> <p>- характерных черт и механизмов действия современного рекламного предприятия;</p> <p>- особенности управления рекламной деятельностью;</p> <p>- структуры рекламного процесса;</p> <p>- основ деятельности участников рекламного рынка</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении и защите результатов практических занятий. Тестирование. Дифференцированный зачет.</p>

<p>переговоров; основы психологии; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.</p> <p>– устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернеат, печатных изданий и т.д.</p>		
<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</li> <li>- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части ;</li> <li>- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>- выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации;</li> <li>- определять задачи для поиска информации;</li> <li>- составлять ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу рекламодателя.</li> </ul>	<p>Студент умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-применять методы рекламного менеджмента;</li> <li>- различать рекламу как процесс и как продукт;</li> <li>- планировать рекламную кампанию;</li> <li>- оценивать эффективность рекламы;</li> <li>- контролировать рекламную деятельность;</li> <li>- разрабатывать схемы рекламной деятельности</li> </ul>	<p>наблюдение и оценка при выполнении устной и письменной работы, дифференцированный зачёт; наблюдение и оценка при выполнении практической работы, дифференцированный зачёт</p> <p>-аудиторная работа: составление плана-конспекта; аудиторная работа с лексикой и текстами;</p> <p>-- изложение изученной информации, пересказ текста;</p>

## 5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае обучения в колледже лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности психофизического развития, индивидуальные возможности и состояние здоровья таких обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению университетом обеспечивается выпуск и использование на учебных занятиях альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы) а также обеспечивает обучающихся надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические условия университета обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, а также пребывания в них (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; наличие специальных кресел и других приспособлений).

На аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации лицам с ограниченными возможностями здоровья, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

