Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Мария Викторовна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 17.08.2026 18:17:34
Уникальный программный ключ:
b60019126a3f15cfd49eff4247dfc09aa2f09f7a

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

УТВЕРЖДЕНО
Директор АНО ПО
«Университетский колледж»
_____ Краюшкина М.В.
«21» марта 2025

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины профессионального
учебного цикла

## ОП.04 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

по специальности среднего профессионального образования

**42.02.01 Реклама**
(код, наименование специальности)

Москва, 2025

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**


| | |
|---|---|
| **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | **3** |
| **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | **5** |
| **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | **12** |
| **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | **13** |

# 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, ОК04, ПК 3.1, ПК 3.3.

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

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

| **Код ПК, ОК** | **Уметь** | **Знать** |
|---|---|---|
| ПК 3.1<br>ПК 3.3<br>ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 04 | выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации | приемы и методы современных рекламно-коммуникативных технологий |
| | составлять 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 |
| | | 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

| **Наименование составных частей дисциплины** | **Объем в часах** | **В т.ч. в форме практ. подготовки** |
|---|---|---|
| Учебные занятия | 56 | 76 |
| Самостоятельная работа | - | - |
| Промежуточная аттестация | - | - |
| Всего | **132** | |

### 2.2. Примерное содержание дисциплины

| **Наименование разделов и тем** | **Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий** |
|---|---|
| **Раздел 1. Рекламный менеджмент (52)** | |
| **Тема 1.1.** Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности. | **Содержание** |
| | Основы теории услуг. Предпосылки возникновения сервисной деятельности. Противоречия сервисной деятельности. Виды сервисной деятельности. |
| | 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. |
| | Сущность рекламной деятельности. Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы. |
| | Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие Участники РД. |
| | **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| | Практическое задание 1: Разработка организационно- правовой структуры и функционала для специализированного рекламного предприятия |
| | Практическое задание 2: Разработка организационно- правовой структуры и функционала для универсального рекламного предприятия |
| **Тема 1.2.** Организация рекламной деятельности рекламодателем | **Содержание** |
| | Рекламные отделы и их классификация. Организация рекламной деятельности мелкими и крупными рекламодателями |
| | Задачи и принципы функционирования основных подразделений отдела рекламы. Взаимодействие отдела рекламы с другими подразделениями организации. |
| | Организация работы крупными, средними и мелкими рекламодателями. Взаимодействие со средствами массовой информации. |
| | Теория организации обслуживания. Современные формы обслуживания. Процесс принятия решения потребителем. |
| | Команда проекта. Управление проектом. Документооборот рекламного подразделения |
| | **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| | Практическое задание 3: Составление объявления о вакансии менеджера по рекламе с определением качеств претендента при различных подходах к сущности менеджмента в рекламе |

| | |
|---|---|
| **Раздел 2. Организация взаимодействия участников рекламной деятельности (80)** | |
| **Тема 2.1.** Взаимодействие участников рекламной деятельности | **Содержание** |
| | Этапы взаимоотношений в системе «рекламодатель – рекламное агентство» каналы поступления информации о рекламном агентстве. Параметры оценки рекламодателем специалиста по рекламе |
| | Технологическая цепочка разработки рекламы в рекламном агентстве. Формы и способы оплаты работы РА рекламодателем |
| **Тема 2.2.** Организация документооборота и его роль в рекламной деятельности | **Содержание** |
| | Этапы работы с клиентом и их документальное сопровождение. Производственная документация рекламной фирмы |
| | Брифы. Сценарии. Рекламные тексты, макеты. |
| | Календарный график рекламной кампании. Утвержденный бюджет. Эфирная справка. Акт сдачи- приемки работ |
| | **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| | Практическое задание: Разработка брифа |
| **Тема 2.3** Копирайтинг рекламного текста. | **Содержание** |
| | Позиционирование УТП компании через текст. |
| | Продающие тексты по формуле AIDA и 5W. |
| | **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |
| | Практическое задание Составление текста с использованием УТП компании. |
| | Тренинг: Разработка нейминга и слогана» |
| **Промежуточная аттестация** | |
| **Всего:132** | |

## 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК:

- рабочее место преподавателя - 1шт.;
- 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.Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557158 (дата обращения: 04.12.2024).

2.Коноваленко, В. А. Реклама. Введение в специальность : учебник для среднего профессионального образования / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 382 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20891-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569317 (дата обращения: 04.12.2024).

**Дополнительные источники:**

1.Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542275 (дата обращения: 04.12.2024).

2.Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная

платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555977 (дата обращения: 04.12.2024).

**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.managment.aaanet.ru/management/reklmmenedjment.php

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| **Результаты обучения** | **Показатели освоенности компетенций** | **Методы оценки** |
|---|---|---|
| **Знает:**<br>приемы и методы современных рекламно- коммуникативных технологий<br>нормативные правовые документы о рекламе<br>виды рекламы и основы организации рекламной деятельности<br>требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам<br>приемы и методы делового общения и ведения переговоров<br>устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернеат, печатных изданий и | Обучающийся демонстрирует знание<br>- характерных черт и механизмов<br>действия современного рекламного предприятия;<br>- особенности управления рекламной<br>деятельностью;<br>- структуры рекламного процесса;<br>- основ деятельности участников<br>рекламного рынка | Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении и защите результатов практических занятий. Тестирование. Дифференцированный зачет. |

| | | |
|---|---|---|
| т.д. | | |
| **Умеет:**<br>выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации<br>составлять ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу рекламодателя | Обучающийся демонстрирует умения:<br>-применять методы рекламного менеджмента;<br>- различать рекламу как процесс и как продукт;<br>- планировать рекламную кампанию;<br>- оценивать эффективность рекламы;<br>- контролировать рекламную деятельность;<br>- разрабатывать схемы рекламной деятельности | наблюдение и оценка при выполнении устной и письменной работы, дифференцированный зачёт; наблюдение и оценка при выполнении практической работы, дифференцированный зачёт<br>- аудиторная работа: составление плана-конспекта; аудиторная работа с лексикой и текстами;<br>- изложение изученной информации, пересказ текста |

## 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).