Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 17.08.2026 18:17:35
Уникальный программный ключ:
b60019126a3f15cfd49eff4247dfc09aa2f09f7a

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины профессионального
учебного цикла

ОП.07 РЕГИОНАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

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

	стр.
1. **ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	4
2. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	6
3. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	10
4. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	11

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Региональная реклама

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама (базовой подготовки),** входящей в укрупненную группу специальностей **42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело**.

Рабочая программа разработана за счет часов вариативной части**.**

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в профессиональный учебный цикл (общепрофессиональные дисциплины).

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- ориентироваться в современных проблемах и особенностях функционирования региональной рекламы;
- владеть навыками применения различных методов и приемов рекламной деятельности в разработке региональных рекламных кампаний.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать:**

- основные понятия региональной рекламы;
- основные цели, направления и принципы рекламной деятельности регионального уровня;
- принципы работы с общественностью и общественным мнениемИркутского региона;
- этапы региональной рекламной кампании.

1.4. Общие и профессиональные компетенции, формируемые в ходе освоения учебной дисциплины:

Программа учебной дисциплины способствует формированию следующихобщих и профессиональных компетенций на основе применения активных и интерактивных методов обучения:

Код	Наименование компетенции	Методы обучения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Групповые методы обучения решение ситуативных задач
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Групповые методы обучения решение ситуативных задач

ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Групповые методы обучения решение ситуативных задач
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Практические работы, решение ситуативных задач
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	Практические работы, решение ситуативных задач

1.5. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 50 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	50
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	
в том числе:	
лекционные занятия	24
практические занятия	26
контрольные работы	
практическая подготовка	
Самостоятельная работа обучающегося	
в том числе:	
подготовка докладов	
выполнение домашних работ	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта во 2 семестре	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Региональная реклама

Наименование разделов и тем	№ занятия	Тема учебного занятия, содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2		3	4
Тема 1. Формирование и развитие региональных рынковрекламы	**Содержание учебного материала**			
	1	**Характеристика рекламного рынка.** Введение. Цели и задачи дисциплины. Понятие регионального рынка. Характеристикарекламного рынка страны.	2	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ПК 3.1 ПК 3.2
	2	**Модели развития региональных рекламных рынков в Российской Федерации** Основные модели развития региональных рекламных рынков в Российской Федерации.	2	
	3	**Структура регионального рекламного рынка. Параметры развития регионального рекламного рынка.** Формирование и развитие структуры регионального рекламного рынка. Коньюнктурные параметры развития регионального рекламного рынка	2	
Тема 2. Особенности формирования рекламного рынка	**Содержание учебного материала**			
	4	**Особенности рекламного рынка Производители и заказчикирекламных услуг.** Проблемы, пути решения и повышения эффективности рекламных кампаний Производители и заказчики рекламных услуг.	2	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ПК 3.1 ПК 3.2
	5	**Рекламные агентства.** Федеральные представительства и рекламные агентства регионального уровня.Методы взаимодействия, основные технологии, условия работы Технологии производства рекламного продукта на региональном уровне.	2	
	6	**Этапы рекламной кампании регионального уровня. Эффективность региональной рекламы и перспективы развития**. Специфика: планирование, реализация, контроль за ходом кампании. Участники рынка: специфика взаимодействия федеральных и региональных представительств. Особенности планирования и организации социальных рекламных кампаний в регионе.	2	

	7-8 9-10	**Практическое занятие № 1.** Исследование особенностей рынка рекламы в Москве и Московской области.	10	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ПК 3.1 ПК 3.2
	11-12 13-14	**Практическое занятие № 2.** Определение эффективности рекламной кампании в Московском регионе.	8	
	15-16 17-18	**Практическое занятие № 3.** Проектирование развития регионального рынка рекламы.	8	
Тема 3. Особенности рекламы	**Содержание учебного материала**			
	19-20	**Особенности региональной рекламы.** Преимущества и недостатки регионального размещения. Причины выбора региональной рекламы. Проблематика регионального уровня рекламных кампаний.	2	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ПК 3.1 ПК 3.2
	21-22	**Реклама на транспорте: региональный аспект.** Транзитная реклама и реклама на транспорте: разграничение понятий. Правила создания и преимущества. Причины использования и методы повышения эффективности рекламы на транспорте и транзитной рекламы.	2	
	23-24	**Наружная реклама: региональный аспект.** Правила создания и преимущества. Причины использования и методы повышенияэффективности наружной рекламы. Виды наружной рекламы. Определение места носителей наружной рекламы в рекламной кампании предприятия. Особенностивосприятия наружной рекламы: региональный аспект.	2	
	25-26	**Печатная реклама: региональный аспект.** Правила создания и преимущества. Причины использования и методы повышения эффективности печатной рекламы. Технологии производства и размещения печатной рекламы, используемые на региональном уровне.	2	
	27-28	**Реклама в прессе: региональный аспект.** Отличие объявления от рекламы. Основные составляющие рекламного сообщения. Проблемы определения эффективности печатной рекламы и рекламы в прессе. Основные печатные издания региона. Принципы работы рекламной службы издания, характеристики целевой аудитории, технологии производства рекламного продукта.	2	
	29-30	**Нестандартные формы рекламы: региональный аспект.** Нетрадиционные рекламные носители, ambient media, инновационные рекламныетехнологии, рекламные инновации. Причины использования, преимущества и недостатки. Примеры инноваций в рекламе: анализ, сравнение, разработка. Использование традиционных рекламных технологий нетрадиционным способом.	2	
		Всего:	**50**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

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 обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники:

1.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: 05.12.2024).

2.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: 05.12.2024).

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: 05.12.2024).

2.Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535909 (дата обращения: 05.12.2024).

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

Контроль и оценка результатов освоения учебной 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**
1	*2*
Уметь:	
ориентироваться в современных проблемах и особенностях функционирования региональной рекламы;	Оценка результатов выполнения практических работ № 1-3
владеть навыками применения различных методов и приемов рекламной деятельности в разработке региональных рекламных кампаний.	Оценка результатов выполнения практических работ № 1-3
Знать:	

основные понятия региональной рекламы;	Устный опрос, Тестирование,
основные цели, направления и принципы рекламной деятельности регионального уровня;	Устный опрос, Тестирование, Оценка результатов выполнения практической работы
принципы работы с общественностью и общественным мнением	Устный опрос, Тестирование, Оценка результатов выполнения домашних заданий Оценка результатов выполнения практической работы
этапы региональной рекламной кампании.	Устный опрос, Тестирование, Оценка результатов выполнения домашних заданий Оценка результатов выполнения практической работы

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).