Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Мария Викторовна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 17.08.2026 18:27:38
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 ПК 3.3 ОК 01 ОК 02 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: приемы и методы современных рекламно- коммуникативных технологий 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	Обучающийся демонстрирует знание - характерных черт и механизмов действия современного рекламного предприятия; - особенности управления рекламной деятельностью; - структуры рекламного процесса; - основ деятельности участников рекламного рынка	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении и защите результатов практических занятий. Тестирование. Дифференцированный зачет.

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