

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина М.В.
Должность: Директор
Дата подписания: 23.10.2025 14:42:49
Уникальный программный ключ:
5e608be07b9761c0a5e2f0e4ccddb2e4db1e603

**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, 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, 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

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

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		
РАЗДЕЛ I. Рекламный менеджмент		16/12	46/36		
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.			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	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ				
	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	
Тема 1.2. Организация рекламной деятельности рекламодателем	Содержание				
	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.			ОК 01	
	Команда проекта. Управление проектом. Документооборот рекламного подразделения			ОК 01	
	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			ОК 01	
Раздел 2. Организация взаимодействия участников рекламной деятельности		16/12	44/36		
Тема 2.1. Взаимодействие участников рекламной деятельности	Содержание				
	Этапы взаимоотношений в системе «рекламодатель–РА» каналы поступления информации о РА. Параметры оценки рекламодателем РА			ОК 01	
	Технологическая цепочка разработки рекламы в РА. Формы и способы оплаты работы РА рекламодателем			ОК 01	
Тема 2.2 Организация документооборота и его роль в рекламной деятельности	Содержание				
	Этапы работы с клиентом и их документальное сопровождение. Производственная документация рекламной фирмы			ОК 01	
	Бриффы. Сценарии. Рекламные тексты, макеты.			ОК 01 ОК 02	

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

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. 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

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
— Знания: — актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить — основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте — методы работы в профессиональной и смежных сферах; — приемы и методы современных рекламно-коммуникативных технологий; — нормативные правовые документы о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; требования потенциальных покупателей	знание студентом: - 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.

(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. – 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.		
Умения: - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части ; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации; - определять задачи для поиска информации; - составлять ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу рекламодателя.	Студент умеет: -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).

