

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Косинская Надежда Борисовна

Должность: Директор

Дата подписания: 26.11.2025 15:46:28

Уникальный программный ключ:

4c22542f0fe3bbcc7a7acc1140e98810d



**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ОБНИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНФОРМАЦИИ И ПРАВА»**

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор ОКИП

Н.Б. Косинская

«17» ноября 2025 год

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04. РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

по специальности среднего профессионального образования

42.02.01 РЕКЛАМА

Обнинск, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная деятельность

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.04 Рекламная деятельность является обязательной частью общепрофессионального цикла 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	Умения	Знания
ПК 4.1.	применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки	приемы и методы проектирования рекламного продукта
OK 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
OK 02	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
	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 компаний, контроль исполнения	устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной

рекламных кампаний	рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернет, печатных изданий и т.д.
--------------------	---

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	142
Учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	102
в том числе:	
лекции, уроки	50
практические занятия	52
*консультации	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	140
**Промежуточная аттестация в форме экзамена (включая консультации и самостоятельную подготовку)	

*Консультации для обучающихся предусмотрены из времени, отводимого на изучение дисциплины и из объема времени, выделенного на промежуточную аттестацию. Формы проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные). Распределение часов консультаций осуществляется с учетом номенклатуры дисциплин, междисциплинарных курсов, профессиональных модулей, выносимых на промежуточную аттестацию.

**Объем часов, предусмотренный на проведение промежуточной аттестации, включает часы на проведение экзаменов, консультаций, подготовку. Экзамены проводятся в период экзаменационных сессий, установленных графиком учебного процесса, в день, освобожденный от других видов занятий. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета проводится за счет часов, отведенных на освоение дисциплины.

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
			1 2 3 4
РАЗДЕЛ I. Рекламный менеджмент			
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.	2	OK 01 OK 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.	2	OK 01 OK 02
	Сущность рекламной деятельности. Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы.	2	OK 01 OK 02
	Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие Участники РД.	2	OK 01
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое задание: Разработка организационно- правовой структуры и функционала для специализированного рекламного предприятия	4	OK 01 OK 02

	Практическое задание: Примеры социальной рекламы	6	
	Практическое задание : Разработка организационно- правовой структуры и функционала для универсального рекламного предприятия	4	OK 01
	Семинар: «Структура медиа и рекламного рынка г. Москва»	6	OK 01, OK 02
	Семинар: Классификация рекламы по видам носителей	4	OK 01, OK 02
Тема 1.2. Организация рекламной деятельности рекламодателем	Содержание Рекламные отделы и их классификация. Организация рекламной деятельности мелкими и крупными рекламодателями	4	OK 01 OK 02
	Задачи и принципы функционирования основных подразделений отдела рекламы. Взаимодействие отдела рекламы с другими подразделениями организации.	2	OK 01 OK 02
	Организация работы крупными, средними и мелкими рекламодателями. Взаимодействие со средствами массовой информации.	4	OK 01
	Теория организации обслуживания. Современные формы обслуживания. Процесс принятия решения потребителем.	2	OK 01
	Команда проекта. Управление проектом. Документооборот рекламного подразделения	2	OK 01
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое задание: Составление объявления о вакансии менеджера по рекламе с определением качеств претендента при различных подходах к сущности менеджмента в рекламе	6	OK 01

	Практическое задание: Составление схемы документооборота рекламного подразделения	4	
Раздел 2. Организация взаимодействия участников рекламной деятельности			
Тема 2.1. Взаимодействие участников рекламной деятельности	Содержание		
	Этапы взаимоотношений в системе «рекламодатель – РА» каналы поступления информации о РА. Параметры оценки рекламодателем РА	4	ОК 01
Тема 2.2 Организация документооборота и его роль в рекламной деятельности	Содержание		
	Этапы работы с клиентом и их документальное сопровождение.	4	ОК 01
	Производственная документация рекламной фирмы	4	ОК 01, ОК 02
	Брифы. Сценарии. Рекламные тексты, макеты.	4	ОК 01, ОК 02
	Календарный график рекламной кампании. Утвержденный бюджет.	4	ПК 4.1.
	Эфирная справка. Акт сдачи- приемки работ	6	ОК 01, ОК 02
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое задание: Разработка брифа	4	
Тема 3.1. Договорные	Содержание		
	Понятие договора и его виды. Правовое регулирование договорных		

отношения в хозяйственной деятельности предприятий (организаций)	отношений. Договор купли-продажи. Договор поставки. Договор подряда. Обязательные реквизиты и условия договора. Исполнение договорных обязательств. Ответственность за нарушение договора. Недействительность сделок.	4	ОК 01, ОК 02
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое занятие: Составление и заполнение различных видов договоров.	4	ПК 4.1.ОК 01
Тема 3.2. Авторское право	Содержание Понятие авторского права в объективном и субъективном смысле. Принципы авторского права. Система источников авторского права и смежных прав. Понятие произведения. Признаки произведения. Объективная форма и воспроизводимость произведения. Регистрация произведения. Правовое значение отдельных элементов произведения. Общие положения о субъектах авторского права. Автор произведения. Правообладатель: автор, его наследники, иные физические или юридические лица. Соавторство. Иные субъекты авторского права.	4	ОК 01, ОК 02
	Самостоятельная работа	40	
	Промежуточная аттестация в виде экзамена		
	Всего:	142	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Оборудование учебного кабинета:

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся);
- доска;
- дидактический материал.

Технические средства обучения:

- компьютеры, лицензионное программное обеспечение;
- мультимедийный проектор.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

Основная литература:

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562487>

2. Информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 546 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18341-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568882>

3. Мамонова, Т. Е. Информационные технологии. Лабораторный практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Е. Мамонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 178 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07791-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516847>

Дополнительная литература:

1. Куприянов, Д. В. Информационное обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Куприянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 236 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20826-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558828>

Интернет-источники:

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE»
<https://urait.ru/>

2. Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс»
<http://www.consultant.ru/>

3. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знания: – актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором	знание студентом: - характерных черт и механизмов действия современного	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при

<p>приходится работать и жить</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 (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), интернет, печатных изданий и т.д. 	<p>рекламного предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности управления рекламной деятельностью; - структуры рекламного процесса; - основ деятельности участников рекламного рынка 	<p>выполнении и защите результатов практических занятий. Тестирование.</p> <p>Промежуточная аттестация - экзамен.</p>
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Студент умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы рекламного менеджмента; - различать рекламу как процесс и как продукт; - планировать рекламную кампанию; - оценивать эффективность рекламы; - контролировать рекламную деятельность; - разрабатывать схемы рекламной деятельности 	<p>наблюдение и оценка при выполнении устной и письменной работы, экзамен;</p> <p>наблюдение и оценка при выполнении практической работы, экзамен</p> <p>-аудиторная работа: составление плана-конспекта; аудиторная работа с лексикой и текстами;</p> <p>- изложение изученной информации, пересказ текста;</p>

рекламодателя.

Образовательные технологии

При изучении дисциплины применяются следующие образовательные и интерактивные технологии:

- технология адаптивного обучения;
- технология информационно-коммуникационного обучения;
- технология проектного обучения.
- лекция -визуализация
- лекция с применением технологий проблемного обучения
- лекция-диалог
- встречи со специалистами соответствующего профиля и т.п.
- организация тематических мероприятий, экскурсий и т.п.
- решение конкретных профессиональных ситуаций

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).