

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Косинская Надежда Борисовна

Должность: Директор

Дата подписания: 26.11.2025 15:46:29

Уникальный программный ключ:

4c22542f0fe3bbcc7a7ac43100e58810c



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

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор ОКИП

Н.Б. Косинская

«17» ноября 2025 год

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06. РЕГИОНАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

по специальности среднего профессионального образования

42.02.01 РЕКЛАМА

Обнинск, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ 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

«Региональная реклама»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Психология рекламы» 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 и ОК 04.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код	Наименование компетенции	Методы обучения
OK 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Групповые методы обучения решение ситуативных задач
OK 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Групповые методы обучения решение ситуативных задач
ПК2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	Практические работы, решение ситуативных задач

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)	44
в том числе:	
лекционные занятия	22
практические занятия	22
контрольные работы	
практическая подготовка	
Самостоятельная работа обучающегося	6
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта	

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
1 курс 2 семестр				
Тема 1. Формирование и развитие региональных рынков рекламы	Содержание учебного материала		3	
	1	Характеристика рекламного рынка Введение. Цели и задачи дисциплины. Понятие регионального рынка. Характеристика рекламного рынка страны.	1	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>
	2	Модели развития региональных рекламных рынков в Российской Федерации Основные модели развития региональных рекламных рынков в Российской Федерации.	1	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>
	3	Структура регионального рекламного рынка. Параметры развития регионального рекламного рынка. Формирование и развитие структуры регионального рекламного рынка. Конъюнктурные параметры развития регионального рекламного рынка	1	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>
		Самостоятельная работа обучающихся Выполнение домашних заданий в соответствии с методическими рекомендациями преподавателя, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.	4	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>
Тема 3. Особенности формирования рекламного рынка	Содержание учебного материала		15	
	4	Особенности рекламного рынка Производители и заказчики рекламных услуг. Проблемы, пути решения и повышения эффективности рекламных кампаний Производители и заказчики рекламных услуг.	1	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>
5	Рекламные агентства федеральные представительства и рекламные агентства регионального уровня. Методы взаимодействия, основные технологии, условия работы. Технологии производства рекламного продукта на региональном уровне.	1 ур	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>	

	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.	1	<i>OK6 – OK7 ПК2.2</i>
	7-8 9-10	Практическое занятие № 1. Исследование особенностей рынка рекламы в Тульской области.	4	<i>OK6 – OK7 ПК2.2</i>
	11-12 13-14	Практическое занятие № 2. Определение эффективности рекламной кампании в Иркутском регионе.	4	<i>OK6 – OK7 ПК2.2</i>
	15-16 17-18	Практическое занятие № 3. Проектирование развития регионального рынка рекламы.	4	<i>OK6 – OK7 ПК2.2</i>
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение домашних заданий в соответствии с методическими рекомендациями преподавателя, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.			5 <i>OK6 – OK7 ПК2.2</i>
Тема 2. Особенности рекламы	Содержание учебного материала			16
	19-20	Особенности региональной рекламы. Преимущества и недостатки регионального размещения. Причины выбора региональной рекламы. Проблематика регионального уровня рекламных кампаний.	2	<i>OK6 – OK7 ПК2.2</i>
	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	<i>OK6 – OK7 ПК2.2</i>
	23-24	Наружная реклама: региональный аспект. Правила создания и преимущества. Причины использования и методы повышения эффективности наружной рекламы. Виды наружной рекламы. Определение места носителей наружной рекламы в рекламной кампании предприятия. Особенности восприятия наружной рекламы: региональный аспект.	2	<i>OK6 – OK7 ПК2.2</i>
	25-26	Печатная реклама: региональный аспект.	2	<i>OK6 – OK7</i>

		Правила создания и преимущества. Причины использования и методы повышения эффективности печатной рекламы. Технологии производства и размещения печатной рекламы, используемые на региональном уровне.		<i>ПК2.2</i>
	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	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>
	29-30	Нестандартные формы рекламы: региональный аспект. Нетрадиционные рекламные носители, ambient media, инновационные рекламные технологии, рекламные инновации. Причины использования, преимущества и недостатки. Примеры инноваций в рекламе:	2	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>
		анализ, сравнение, разработка. Использование традиционных рекламных технологий нетрадиционным способом.		
	31-32	Коммерческая реклама регионального уровня: сопоставительный анализ. Специфика региональной цветовой символики. Национальные особенности восприятия цвета в России и в регионах. Цветовые сочетания, используемые в региональной рекламе.	2	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>
	33-34	Специфика разработки социальной рекламы регионального уровня.	2	<i>ОК6 – ОК7 ПК2.2</i>
		Самостоятельная работа обучающихся Выполнение домашних заданий в соответствии с методическими рекомендациями преподавателя, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.	7	<i>ОК1 – ОК9 ПК4.1 – ПК4.3</i>
Всего:				50

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. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581838>

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, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>

3. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565539>

4. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568994>

Дополнительная литература:

1. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566907>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559859>

Интернет-источники:

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

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

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).