

Инженерная школа одежды

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«29» _____ 06 _____ 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

ОП.09

Основы рекламной деятельности

Учебный план: _____ 21-02-1-33 _____

Код, наименование
специальности _____ 54.02.01 Дизайн (по отраслям), Рекламная графика _____

Квалификация выпускника _____ Дизайнер _____

Уровень образования: _____ Среднее профессиональное образование _____

Форма обучения: _____ очная _____

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	По плану	148	
	С преподавателем	132	
	Лекции, уроки	40	
	Практические занятия, семинары	92	
	Консультации		
	Промежуточная аттестация		
	Курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа	16		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет	4	
	Контрольная работа	2, 3	
	Курсовой проект (работа)		

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **54.02.01 Дизайн (по отраслям)**, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от **23.11.2020 г. N 658**

Составитель(и): А.Н. Пуртова, Л.В. Яшнева
(Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой
комиссии: А.Н. Пуртова
(Ф.И.О., подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа,
реализующего
образовательную программу: А.В. Вершигора
(Ф.И.О., подпись)

Методический отдел: С.А. Ястребова
(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

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 «Основы рекламной деятельности»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы рекламной деятельности» является вариативной частью Общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Учебная дисциплина «Основы рекламной деятельности» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям). Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ПК 1.2.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01. ОК 02. ОК 03. ПК 1.2	<p>1) Использовать правовые нормы регулирования рекламной деятельности, установленные международно-правовыми актами и Федеральным законом «О рекламе»;</p> <p>2) Разрабатывать рекламное сообщение, согласно заданной структуре и с учетом различных требований: носителя, целевой аудитории, конкурентной среды и т.д.;</p> <p>3) Использовать рекомендуемые методы и приемы для разработки рекламной кампании.</p>	<p>1) Основные способы и органы нормативно-правового регулирования рекламной деятельности, основы рекламного законодательства, смежные законы и акты;</p> <p>2) Должностные обязанности рекламиста. Специфику рекламной деятельности в различных сегментах рынка;</p> <p>3) Структуру и участников рекламного рынка;</p> <p>4) Основные разделы плана рекламной кампании и особенности составления брифа.</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	148
в том числе:	
теоретическое обучение	40
практические занятия	86
<i>Самостоятельная работа</i>	16
Промежуточная аттестация	
2 семестр: Контрольная работа	2
3 семестр: Контрольная работа	2
4 семестр: Дифференцированный зачет	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
1. История развития рекламы	Содержание учебного материала	24	ОК 01.
	1. История развития рекламы	4	ОК 02.
	2. Современное состояние рекламного рынка в России и за рубежом.	4	
	В том числе, практических занятий	12	ОК 03.
	1. Практическое занятие Цели, задачи, требования к курсу. Сроки и формы отчетности. Обсуждение литературы	4	ПК 1.2
	2. Практическое занятие Исторические вехи рекламы и их отражение в современности	4	
	3. Практическое занятие Идеология рекламы как идеология потребления	2	
	Практическое занятие Текущий контроль	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Составить сравнительную таблицу об истории развития рекламы в РФ, Европейских странах, США	4		
2. Категориально-понятийный аппарат рекламной деятельности	Содержание учебного материала	20	ОК 01.
	1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	4	ОК 02.
	2. Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи.	4	ОК 03.
	В том числе, практических занятий	10	ПК 1.2
	1. Практическое занятие Изучение отношения к рекламе в разных странах	4	
	2. Практическое занятие Анализ рекламных роликов	2	
	3. Практическое занятие Анализ современной модной индустрии в России и за рубежом и методы ее продвижения	2	
	Практическое занятие Текущий контроль	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Подготовить доклад на тему «Функции рекламы»	2		
3. Теоретические основы организации рекламной кампании. Реклама и	Содержание учебного материала	24	ОК 01.
	1. Стадия исследования рекламной кампании	4	ОК 02.
	2. Стратегическая стадия рекламной кампании.	4	ОК 03.
	В том числе, практических занятий	14	
	1. Практическое занятие Технологии	2	

маркетинговый процесс	позиционирования в рекламе		ПК 1.2
	2. Практическое занятие Анализ и решение кейсов рекламных кампаний	4	
	3. Практическое занятие Практикум по психологическим аспектам в рекламной коммуникации.	4	
	4. Практическое занятие Анализ рекламных сообщений в печатной рекламе	2	
	5. Практическое занятие Оценка эффективности рекламной деятельности	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Подготовить презентацию на тему «Рекламная кампания»	2	
Промежуточная аттестация (контрольная работа)		2	
Итого за 2 семестр		70	
4. Теоретические основы построения рекламного сообщения	Содержание учебного материала	22	ОК 01.
	1. Основные средства передачи, приемы и композиции рекламного сообщения	2	ОК 02.
	2. Креатив в рекламе	2	
	В том числе, практических занятий	14	ОК 03.
	1. Практическое занятие Нейминг и его основные критерии	4	ПК 1.2
	2. Практическое занятие Имиджевая реклама. Личный имидж.	4	
	3. Практическое занятие Творческое мышление в рекламной коммуникации и методы его активизации	4	
	Практическое занятие Текущий контроль	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Подготовить презентацию на тему «Рекламное сообщение»	4		
Промежуточная аттестация (контрольная работа)		2	
Итого за 3 семестр		24	
5. Основы психологии рекламы	Содержание учебного материала	22	ОК 01.
	1. Основы психологии рекламы. Имиджевая реклама. Рекламные стратегии.	2	ОК 02.
	2. Рекламные идентификаторы	2	
	В том числе, практических занятий	16	ОК 03.
	1. Практическое занятие Защита докладов и презентаций на заданную тему	8	ПК 1.2
	2. Практическое занятие Оценка эффективности рекламы. Тестирование роликов.	6	
	Практическое занятие Текущий контроль	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Подготовить презентацию и доклад на тему «Имиджевая реклама»	2	
6. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности	Содержание учебного материала	30	ОК 01.
	1. Социальная реклама. Ее виды, заказчики, функции.	2	ОК 02.
	2. Культура и этика рекламной деятельности.	4	ОК 03.
	3. Законодательство РФ в сфере рекламы	2	

	В том числе, практических занятий	20	ПК 1.2
	1. Практическое занятие Практикум по социальной рекламе.	4	
	2. Практическое занятие Учет национальных и культурных особенностей при создании и трансляции рекламной коммуникации	4	
	3. Практическое занятие Нравственные аспекты в рекламе. Ошибки в рекламе	4	
	4. Практическое занятие Регулирование и саморегулирование в рекламе	6	
	Практическое занятие Текущий контроль	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Подготовить презентацию на тему «Ошибки в рекламе»	2	
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)		2	
Итого за 4 семестр		54	
Всего:		148	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- кабинет экономики и менеджмента, оснащенный оборудованием:
 - стол, стул преподавательский;
 - стол, стулья для обучающихся (по кол-ву обучающихся в группе)
 - компьютер с лицензионным программным обеспечением;
 - мультимедийный проектор;
 - экран;
 - мультимедийные средства обучения по предмету;
 - информационные стенды и шкафы для хранения;
 - УМК и информационные материалы.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Печатные издания

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

а) основная учебная литература

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/95335.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99228.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 с. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99910.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей : практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83127.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75200.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Сергиенко, Е. А. Телевизионная реклама и дети / Е. А. Сергиенко, Н. Н. Таланова, Е. И. Лебедева. — 2-е изд. — Москва : Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 192 с. — ISBN 978-5-9270-0265-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88405.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) учебно-методическая литература

Алексеев-Апраксин А. М. Основы рекламной деятельности: реклама и PR в некоммерческой сфере. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: учебное пособие / Алексеев-Апраксин А. М. — СПб.: СПбГУПТД, ВШПМ, 2017.— 80 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179095, по паролю.

3.2.3. Дополнительные источники

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать : 1) Основные способы и органы нормативно-правового регулирования рекламной деятельности, основы рекламного законодательства, смежные законы и акты; 2) Должностные обязанности рекламиста. Специфику рекламной деятельности в различных сегментах рынка; 3) Структуру и участников рекламного рынка; 4) Основные разделы плана рекламной кампании и особенности составления брифа.	Оценка «отлично» - обучающийся обладает глубокими, обобщенными, системными знаниями учебного материала в полном объеме; грамотно и логично излагает свою точку зрения по заданной тематике; выполняет правильно и грамотно все задания, ориентируется в актуальной нормативно-правовой документации; современной научной и профессиональной терминологии; знает основы компьютерной грамотности; знает правила написания и произношения слов, в т.ч. и профессиональной лексики. Оценка «хорошо» - обучающийся самостоятельно, с пониманием воспроизводит основной учебный материал, но допускает	Оценка результатов выполнения практической работы, тестирование, письменные и устные формы опроса; контрольная работа, зачет

	<p>несущественные ошибки, которые может исправить.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» - обучающийся без достаточного понимания воспроизводит учебный материал и выполняет задания в неполном объеме.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» - выставляется тогда, когда обучающийся показывает незнание большей части материала, допускает многочисленные ошибки и неточности в оформлении ответов</p>	
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <p>1) Использовать правовые нормы регулирования рекламной деятельности, установленные международно-правовыми актами и Федеральным законом «О рекламе»;</p> <p>2) Разрабатывать рекламное сообщение, согласно заданной структуре и с учетом различных требований: носителя, целевой аудитории, конкурентной среды и т.д.;</p> <p>3) Использовать рекомендуемые методы и приемы для разработки рекламной кампании.</p>	<p>Оценка «отлично» - обучающийся обладает глубокими, обобщенными, системными знаниями учебного материала в полном объеме; грамотно и логично излагает свою точку зрения по заданной тематике; выполняет правильно и грамотно все задания, ориентируется в актуальной нормативно-правовой документации; современной научной и профессиональной терминологии; знает основы компьютерной грамотности; знает правила написания и произношения слов, в т.ч. и профессиональной лексики.</p> <p>Оценка «хорошо» - обучающийся самостоятельно, с пониманием воспроизводит основной учебный материал, но допускает несущественные ошибки, которые может исправить.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» - обучающийся без достаточного понимания воспроизводит учебный материал и выполняет задания в неполном объеме.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» - обучающийся показывает незнание большей части материала, допускает многочисленные ошибки и неточности в оформлении ответов</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы, тестирование, письменные и устные формы опроса; контрольная работа, зачет</p>