

**КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**ОП.04**

**Рекламная деятельность**

Учебный план: № 25-02-1-8

Код, наименование специальности, направленность: 42.02.01 Реклама, Планирование рекламных кампаний и продвижение средствами цифровых технологий

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе

Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: Очная

### План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	<b>Трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>86</b>	
	<b>Из них аудиторной нагрузки</b>	<b>72</b>	
	Лекции, уроки	32	
	Практические занятия	32	
	Консультации	8	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>6</b>	
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>8</b>		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен	2	
	Зачет		
	Контрольная работа	1	
	Курсовой проект (работа)		

Санкт-Петербург  
2025

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии  
с федеральным государственным образовательным стандартом среднего  
профессионального образования по специальности  
**42.02.01 Реклама**, утверждённым приказом  
Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Майор П.П.  
(Ф.И.О.)

Председатель цикловой  
комиссии: \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

### СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.  
(Ф.И.О.)

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

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

### 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части общеобразовательного цикла образовательной программы (ОП).

Дисциплина обеспечивает формирование общих (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающегося следующих компетенций на базе полученных знаний и умений

Код и формулировка ОК, ПК	Знания	Умения
ОК 01 «Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам»	основные исторические этапы и тенденции развития отечественной рекламы; классификацию рекламных агентств, аспекты правового контроля рекламной деятельности; структуру процесса рекламных коммуникаций; классификацию видов рекламных коммуникаций	находить отличия между коммерческой и некоммерческой рекламой; разрабатывать макет социальной рекламы
ОК 03 «Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях»	этапы развития рекламы в обществе и бизнесе; основной понятийный аппарат рекламной деятельности; участников рекламной деятельности: рекламодателей, рекламные агентства, средства массовой информации, вспомогательных участников рекламной деятельности; рекламные коммуникации	применять виды рекламной коммуникации в различных жизненных ситуациях; классифицировать и использовать средства и виды рекламы на различных носителях
ПК 3.3 «Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях»	основные системы аналитики; параметры настройки контекстной рекламы; параметры настройки таргетированной рекламы; программы аналитики аккаунтов в социальных медиа	работать в системах аналитики Яндекс Метрика и Google Analytics; разрабатывать стратегию продвижения в интернете, включая контекстную и таргетированную рекламу; настраивать CMS для управления контентом сайта; вести новостные ленты и бизнес-кабинеты в социальных сетях; разрабатывать структуры базовых принципов рекламного сообщения; реализовывать рекламные кампании в сети Интернет

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

### 2.1. Тематический план и содержание дисциплины:

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
1	2	3
<b>Раздел 1. Основы рекламы</b>		
<b>Тема №1. Введение. История рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>
	Введение в дисциплину. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности	2
	Основные этапы развития рекламы. Протореклама. Основные исторические этапы и тенденции развития отечественной и зарубежной рекламы	2
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	Практическое занятие 1. «Исторические этапы рекламной деятельности»	2
	Практическое занятие 2. «Протореклама»	2
<b>Тема № 2. Участники рекламного процесса</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>
	Лекция 2. «Участники рекламного процесса»	2
	Лекция 3. «Функции рекламных агентств»	2
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	Практическое занятие 3. «Распределение участников рекламного процесса»	4
<b>Текущий контроль</b> – тестовые задания, проверка выполнения домашней работы		
<b>Раздел 2. Рекламная коммуникация</b>		
<b>Тема № 3. Понятие «коммуникации»</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>
	Лекция 4. «Виды коммуникаций»	2
	Лекция 5. «Коммуникационные барьеры»	2
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>
	Практическое занятие 4. «Коммуникация как важный элемент рекламной кампании»	2
<b>Тема № 4. Рекламная коммуникация</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>
	Лекция 6. «Рекламная пирамида»	2
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>
	Практическое занятие 5. «Определение вербальных и невербальных средств»	2
<b>Текущий контроль</b> – тестовые задания, проверка выполнения домашней работы		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> - подготовка доклада с презентацией на тему: рекламная коммуникация и участники рекламного процесса		<b>4</b>
<b>Консультации</b>		<b>2</b>
<b>Промежуточная аттестация</b> – контрольная работа		<b>2</b>
<b>Всего в семестре:</b>		<b>34</b>
<b>Раздел 3. Рекламное планирование</b>		
<b>Тема № 5. Виды и содержание рекламного планирования</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>
	Лекция 7. «Структура рекламного планирования»	2
	Лекция 8. «Понятие творческой рекламной Стратегии»	2
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>6</b>
	Практическое занятие 6 «Основные типы творческих рекламных стратегий»	2
	Практическое занятие 7. «Планирование рекламной кампании»	4
<b>Тема № 6. Методы разработки рекламного бюджета</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>
	Лекция 9. «Основные правила разработки бюджета»	2
	Лекция 10. «Разработка рекламного бюджета на основе планирования затрат»	2

	Лекция 11. «Основные методы разработки рекламного бюджета, их особенности и принципы разработки с учетом стандартов»	2
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	Практическое занятие 8. «Разработка бюджета для РК»	4
<b>Текущий контроль</b> – тестовые задания, проверка выполнения домашней работы		
<b>Раздел 4. Оценка эффективности рекламы</b>		
<b>Тема № 7. Многозначность понятия «эффективность рекламы»</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>
	Лекция 12. «Эффективность рекламной кампании»	2
	Лекция 13. «Понятие коммерческой и коммуникативной эффективности рекламы»	2
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	Практическое занятие 9. «Оценка эффективности кампаний»	4
<b>Тема № 8. Виды экономических эффектов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>
	Лекция 14. «Экономическо-социальный эффект»	2
	Лекция 15. «Информационно- психологический»	2
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	Практическое занятие 10. «Современные критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения»	4
<b>Текущий контроль</b> - тестовые задания, проверка выполнения домашней работы		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> - оформление практических работ		<b>4</b>
<b>Консультации</b>		<b>6</b>
<b>Промежуточная аттестация - экзамен</b>		<b>6</b>
<b>Всего в семестре:</b>		<b>52</b>
<b>ВСЕГО:</b>		<b>86</b>

## 2.2 Курсовое проектирование (не предусмотрено УП)

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

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

- кабинет проектирования рекламного продукта, включающий
1. рабочее место преподавателя (компьютер, подключенный к информационно-коммуникационной сети «Интернет», стол преподавателя с ящиками для хранения или тумбой, кресло преподавателя)
  2. мультимедийный проектор
  3. экран
  4. шкаф для хранения учебных пособий
  5. рабочее место обучающегося (стол ученический, стул ученический)

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

##### 3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Кульназарова, А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью : учебник для СПО / А. В. Кульназарова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 143 с. — ISBN 978-5-4488-1602-4, 978-5-4497-2068-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128353.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139608.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

б) дополнительная

1. Бабаев А. Контекстная реклама / А. Бабаев, Н. Евдокимов, А. Иванов. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 304 с. - ISBN 978-5-4461-9554-1. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/377350/reading> - Текст: электронный.
2. Иванова В. А. Рекламная константа: разработка и оценка: учебное пособие / В.А. Иванова. - Москва : Дело РАНХиГС, 2020. - 84 с. - ISBN 978-5-85006-244-6. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/378191/reading> - Текст: электронный.
3. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы: Учебник. — 19-е изд., стер. / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - Москва : Дашков и К, 2023. - 538 с. - ISBN 978-5-394-05172-2. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/393556/reading> - Текст: электронный.
4. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие. — 2-е изд., стер. / Ф.И. Шарков. - Москва : Дашков и К, 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/378592/reading> - Текст: электронный.

### 3.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

- Рекламный совет России: [www.a-z.ru/assoc/osr/](http://www.a-z.ru/assoc/osr/)
- Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
- Сайт о рекламном рынке [adindex.ru](http://adindex.ru/);
- Сайт Федеральной антимонопольной службы [www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru/);
- Сайт "Advertology.ru": [www.advertology.ru/](http://www.advertology.ru/)

## 4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Выразительность работы, оригинальность подачи. Общее качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям	Теоретические вопросы
Хорошо	Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Практическое задание выполнено в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки в исполнении	
Удовлетворительно	Ответ неполный. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Практическое задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены сроки представления работы	
Неудовлетворительно	Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Содержание работы полностью не соответствует заданию	