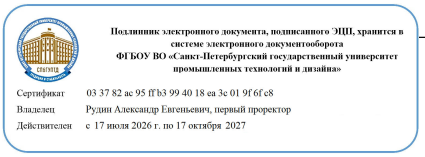
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР


Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3e 01 9f 6f e8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

_____А.Е. Рудин

# Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.42** Документационное обеспечение профессиональной деятельности

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ЗАО №1-3-25.plx

Кафедра: 38 Рекламы

Направление подготовки: (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) PR в медиаиндустрии

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

**План учебного процесса**

| Семестр (курс для ЗАО) | | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоёмкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Лекции | Практ. занятия | | | | |
| 4 | УП | 4 | | 32 | | 1 | |
| | РПД | 4 | | 32 | | 1 | |
| 5 | УП | 4 | 8 | 92 | 4 | 3 | Зачет |
| | РПД | 4 | 8 | 92 | 4 | 3 | |
| Итого | УП | 8 | 8 | 124 | 4 | 4 | |
| | РПД | 8 | 8 | 124 | 4 | 4 | |

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент _____ Воронцова Ольга Жоржевна

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы _____ Смирнов Алексей Викторович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой _____ Смирнов Алексей Викторович

Методический отдел:
_____

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** сформировать компетенции обучающегося в области основ документирования рекламной деятельности и применения полученных знаний на практике.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- формирование у студентов научного представления о значении документирования рекламной деятельности для анализа и принятия рациональных управленческих решений;
- изучение основных методов и приемов документирования;
- получение практических навыков по документированию рекламной деятельности предприятия

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Визуальные коммуникации в медиаиндустрии

Коммуникационный менеджмент

Медиапланирование

Основы цифровых коммуникаций

Правовое и этическое регулирование рекламы и связей с общественностью

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| **ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем** |
|---|
| **Знать:** виды проектной документации и основные требования к документационному обеспечению организации проектной деятельности в коммуникационной сфере |
| **Уметь:** осуществлять разработку коммуникационных процессов и коммуникационного продукта в рамках системы документационного обеспечения, применяемой в организации |
| **Владеть:** навыками подготовки проектной и служебной документации при организации разработки медиа и коммуникационного продукта |

## 3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | | СР (часы) |
|---|---|---|---|---|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | |
| Раздел 1. Документ и система документации в рекламной деятельности | 4 | | | |
| Тема 1. Система документации в рекламной деятельности.<br><br>Понятие «документ». История делопроизводства в России.<br>Функции документов в рекламной деятельности. Требования унифицированной системы | | 2 | | 10 |
| Тема 2. Составление и оформление основных рекламных документов<br><br>Составляющие текста договора. Основные положения, отражаемые в приказах по основной деятельности. Основные части служебных записок, актов, инструкций, справок и документов личного происхождения. | | 1 | | 10 |
| Тема 3. Организации документооборота в рекламной деятельности.<br><br>Документы, регламентирующие документооборот. Требования к системам электронного документооборота. Проблемы систем электронного документооборота. Принципы организации и задачи архивов. Составления номенклатуры дел. | | 1 | | 12 |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 4 | | 32 |
| Консультации и промежуточная аттестация - нет | | 0 | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Раздел 2. Правила подготовки документов в рекламной деятельности. | 5 | | | |
| Тема 4. Правила подготовки распорядительных документов<br><br>Правила оформления распорядительных документов. Составляющие распорядительных документов. Образцы приказов (указаний). Процесс согласование проектов распорядительных документов. Практическое занятие: Процедура составления и оформления протоколов. | | | 2 | 14 |
| Тема 5. Требования к реквизитам документа в рекламной деятельности.<br><br>Понятие реквизита документа. Деление реквизитов на постоянные и переменные. Грифы утверждения документа. Процесс согласования документа. | | 2 | | 14 |
| Тема 6. Деловые и коммерческие письма в рекламной сфере.<br><br>Структура деловых и коммерческих писем. Деление писем на одноаспектные и многоаспектные. Наиболее употребляемые фразы, встречающиеся при составлении писем. Практическое занятие: Основные требования к тексту деловой переписки. | | | 2 | 12 |
| Раздел 3. Организация работы с документами в рекламной сфере. | | | | |
| Тема 7. Составление и оформление исходящей документации<br><br>Процесс согласования документов со службами организации. Определение и составление актов. Определение докладных и служебных записок. Общие требования к оформлению документов. | | 2 | | 14 |
| Тема 8. Правила и формы коммерческой переписки с зарубежными партнерами<br><br>Международные стандарты по оформлению переписки. Реквизиты международного письма. Практическое занятие: Структура документа, принятая в зарубежной практике. | | | 2 | 20 |
| Тема 9. Организация работы рекламного агентства с документами, содержащими конфиденциальную информацию<br><br>Сведения, относящиеся к коммерческой тайне. Защита документов, содержащих коммерческую тайну. Практическое занятие:Организация работы с документами, содержащими конфиденциальные сведения. | | | 2 | 18 |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 4 | 8 | 92 |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | | 0,25 | | |
| **Всего контактная работа и СР по дисциплине** | | 16,25 | | 124 |

## 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

## 5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

## 6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

### 6.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения |
|---|---|
| ОПК-1 | - определяет систему документооборота, с учетом правил организации работы с бумажными и электронными документами и требований к документам в рекламных коммуникациях<br>- анализирует правильность оформления документов, ведет переписку, в т.ч. с зарубежными партнерами, разбирается в реквизитах документа.<br>использует навыки работы с бумажными и электронными документами в рекламном агентстве, систематизации документов, составлении номенклатуры дел |

### 6.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|---|---|---|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| Зачтено | 1. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой.<br>2. Обучающийся демонстрирует полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания.<br>3. Обучающийся показывает знание основного учебного материала в | |
| | объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе, не носящие принципиального характера, обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя. | |
| Не зачтено | Обучающийся обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Ответы носят несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер | |

### 6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

#### 6.3.1 Типовые контрольные вопросы

| № п/п | Формулировки вопросов |
|---|---|
| | Курс 5 |
| 1 | Типичные ошибки, встречающиеся при оформлении рекламных документов. |
| 2 | Требования к составлению актов и докладных записок. |
| 3 | Процесс заполнения брифа и согласования рекламного проекта. |
| 4 | Характеристика наиболее часто встречающихся реквизитов в рекламной деятельности. Классификация реквизитов. |
| 5 | Характеристика грифов в рекламных документах. |
| 6 | Требования к тексту деловой переписки. |
| 7 | Классификация документов в зависимости от способа передачи. |
| 8 | Требования к машинописному и лексико-грамматическому оформлению исходящей документации. |
| 9 | Основные реквизиты, содержащиеся в зарубежных письмах и их отличия от реквизитов писем в России |

| | |
|---|---|
| 10 | Правилах оформления рекламных документов, принятых в зарубежных странах. |
| 11 | Отечественные и зарубежные стандарты, регламентирующие документооборот. |
| 12 | Перечень сведений составляющих коммерческую тайну рекламного агентства. |
| 13 | Учет документов составляющих коммерческую тайну. Сроки хранения подобных документов. |
| 14 | Согласование наружной рекламы. |
| 15 | Понятие и признаки справочно-информационных документов. |
| 16 | Документы для проведения переговоров с заказчиком. |
| 17 | Производственная документация рекламной фирмы. |
| 18 | Производственная документация рекламной фирмы. |
| 19 | Презентационные пакеты документов. |
| 20 | Документы внутреннего пользования. |
| 21 | Этапы работы с клиентом и их документальное сопровождение. |
| 22 | Информационные и коммуникационные технологии в рекламной деятельности. |
| 23 | Система справочно-информационной документации. |
| 24 | Система организационно-правовой документации рекламного агентства. |
| 25 | Классификация документов по виду деятельности и наименованию. |
| 26 | Структура деловых и коммерческих писем. |
| 27 | Требования Государственной системы документационного обеспечения управления рекламной деятельностью. |
| 28 | Основные составляющие текста договора. |
| 29 | Принципы организации и задачи архивов. |
| 30 | Правила оформления распорядительных документов. |
| 31 | Типичные ошибки, встречающиеся при оформлении рекламных документов. |
| 32 | Требования к составлению актов и докладных записок. |

**6.3.2 Типовые тестовые задания**

Не предусмотрено

**6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)**

1. Сформулируйте права и обязанности:
- рекламодателей,
- рекламопроизводителей,
- рекламораспространителей.

2. Верна ли представленная структура договора рекламного агентства и рекламодателя?
Предмет договора – перечень услуг, включая перечень всех этапов работ.
– Перечень предметов рекламы и их характеристика.
– Сумма договора.
– Порядок и сроки предоставления отчетов о рекламных мероприятиях.
– Условия ответственности сторон за нарушение сроков выполнения условий договора.
Объясните свою точку зрения.

3. "Почему потребитель должен нам поверить? (Укажите причины, по которым потребитель поверит нашему сообщению; аргументируйте это наиболее сильными сторонами продукта либо ус-тановите эмоциональные ключевые связки, которые поддержат ваше обращение на психологическом уровне) !_____
Характер бренда (Что, по-вашему мнению, скажет потреби-тель, если его попросят описать бренд как личность)_____"
Выдержки из какого документа здесь представлены? Какие составные части данного документа отсутствуют?

4. Создайте макет рекламной листовки для компании, работающей на рынке промышленных роботов. Такие роботы широко применяются в пищевой, фармацевтической и упаковочной промышленности; они развивают высокую скорость, за счет чего рентабельность производства заметно повышается.
Какие документы необходимы для выполнения данного заказа.

5. Создать карточку-меню ресторана вьетнамской кухню.
Какие справочно-информационные документы необходимы для выполнения данного заказа?

6. Составьте и оформите приказы по основной деятельности, и другие распорядительные документы, необходимые в данной ситуации:
Заказчик просит составить рекламный буклет о неизвестных пригородах Санкт Петербурга с приглашением посетить самые интересные места.

7. Задача рекламиста: Обеспечить презентационный пакет документов для клиента. Какие документы там будут представлены? Направления деятельности:
- курсы иностранных языков
- изготовление пластиковых окон
- организация детских праздников.

8. Напишите письмо-просьбу на основе следующей информации:

Покупатель разговаривал с представителем компании на выставке, и просит продавца — компанию «Медтехника» — прислать каталог новой продукции на будущий год.

9. Подготовьте письмо, в котором сообщается о невозможности принятия условий заказчика о скидке на разработку pos-материалов.

10.Какие документы предоставить ИФНС для подтверждения раздачи дорогих канцелярских товаров, пакетов с логотипом компании с целью рекламы компании в период новогодних праздников? Напишите проект приказа коммерческого директора рекламного агентства. Укажите все реквизиты.

**6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения**
**6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности**

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

**6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

| Устная | + | Письменная | | Компьютерное тестирование | | Иная | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

**6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

Устный зачет.
Время на подготовку - 20 минут.

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|---|---|---|---|---|
| **7.1.1 Основная учебная литература** | | | | |
| Алексеева, Т. В., Страхов, О. А. | Документационное обеспечение управления | Москва: Университет «Синергия» | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/101344.html |
| Шелонаев С. И. | Медиаэкономика | Санкт-Петербург: СПбГУПТД | 2025 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20259552 |
| **7.1.2 Дополнительная учебная литература** | | | | |
| Степанова Е. Н. | Система электронного документооборота (облачное решение) | Саратов: Ай Пи Эр Медиа | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/73341.html |
| Романов Д.А., Ильина Т.Н., Логинова А.Ю. | Правда об электронном документообороте — 2-е изд. (эл.). | Москва: ДМК Пресс | 2018 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=370417 |

### 7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс].
URL: https://www.restko.ru/
Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс].
URL: http://www.iprbookshop.ru/

### 7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Photoshop CC Multiple Platforms Multi European Languages Team LicSub Level 4 (100+) Education Device license

### 7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория | Оснащение |
|---|---|
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |