



Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства просвещения РФ № 552 от 21.07.2023

Разработчик: Ницо Рузалия Назымовна - преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Рецензенты:

Внутренний Курдюкова Т.И. – преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Внешний Комарова Е.А. – Генеральный директор «Дизайн студия - С»

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>26</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>28</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

## 1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

## 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ

Дисциплина входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл.

## 1.3. Цели и требования к результатам освоения учебной дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование общих и профессиональных компетенций, включающих в себя способность:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

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;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

- работать с рекламой в средствах массовой информации;

- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

- проводить презентацию рекламного продукта;

- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

- контролировать соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя;

- взаимодействовать с субъектами рекламной деятельности;

- подготавливать документацию для регистрации авторских прав.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать:**

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

**1.4 Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося: 96 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 82 часа;

самостоятельная работа обучающихся 2 часа;

Промежуточная аттестация – 12 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего по программе дисциплины)</b>	<b>96</b>
Промежуточная аттестация	12
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>82</b>
в том числе:	
лекции, уроки	<b>50</b>
практические занятия	<b>32</b>
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>2</b>
Промежуточная аттестация в форме экзамена – в 3 семестре	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП. 04 Рекламная деятельность

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект) (если предусмотрены), иные виды учебной работы в соответствии с учебным планом	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
<b>Тема 1. Основы руководства и управления</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>28</b>	1	ОК 01-05,07,09 ПК 3.2,3.3
	Сущность менеджмента и этапы его становления.	2		
	Менеджмент и управление: соотношение и кооперация.	2		
	Основные категории и виды менеджмента.	2		
	Природа управления, его виды и модели.	4		
	Функции и принципы управления.	4		
	Разделение и кооперация труда в организации.	4		
	Стили руководства и управления.	2	2	
	<b>Практическое занятие № 1</b> Выбор и обоснование вида менеджмента для организаций различных типов	2		
	<b>Практическое занятие № 2</b> Анализ разделения, специализации и кооперации совместной работы	4		
<b>Практическое занятие № 3</b> Формирование аппарата управления и выдвижение руководителя организации	2			
<b>Тема 2. Анализ эффективности предприятия и методы её</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>28</b>	1	
	Эффективность управления: виды, показатели и факторы.	2		
	Мотивация персонала как фактор повышения эффективности производства.	4		
	Методы стимулирования персонала.	2		
	Организация и её развитие в условиях динамики внешней и внутренней среды.	4		

<b>совершенствов ания</b>	<b>Практическое занятие № 4</b> Оценка экономической эффективности управленческих решений.	2	2	
	<b>Практическое занятие № 5</b> Разработка мотивационной стратегии для рекламного агентства.	4		
	<b>Практическое занятие № 6</b> Круглый стол на тему: «Анализ и совершенствование эффективности управленческих решений на предприятиях выбранного типа».	4		
	<b>Практическое занятие № 7</b> Разработка организационной структуры рекламного агентства.	2		
	<b>Практическое занятие № 8</b> Круглый стол на тему: «Организационная структура рекламного агентства и управление ею».	4		
<b>Тема 3. Управленческа я функция маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>20</b>	1	ОК 01-05,07,09 ПК 3.2,3.3
	Процедуры планирования маркетинга.	2		
	Планирование отдельных видов маркетинговой деятельности.	4		
	Методы управления плановыми действиями во времени.	4		
	Формирование и структурирование бюджета маркетинга.	2		
	Системный подход в разработке планов маркетинга.	2		
	<b>Практическое занятие № 9</b> Построение линейных и сетевых графиков упорядочения плановых действий.	2	2	
	<b>Практическое занятие № 10</b> Соотнесение маркетингового плана и его бюджета.	2		
<b>Практическое занятие № 11</b> Разработка системы контроля и корректировки планов маркетинга.	2			
<b>Тема 4. Особенности рекламной деятельности на российских предприятиях</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>		
	Организация системы маркетинга на российских предприятиях.	4	1	
	<b>Практическое занятие № 12</b> Разработка проекта маркетинговых изменений на примере фирмы по продаже чая.	2	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся № 1</b> Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя,	2	3	

	оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.			
<b>Промежуточная аттестация: экзамен</b>		<b>12</b>		
<b>Всего:</b>		<b>96</b>		

## **3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению учебной дисциплины**

Реализация программы профессионального модуля требует наличия кабинета социально-экономических дисциплин для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, в том числе групповых, индивидуальных, письменных, устных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Кабинет социально-экономических дисциплин

Оборудование:

- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель (столы, стулья по количеству обучающихся);
- доска ученическая.

Технические средства обучения:

- компьютер (ноутбук);
- мультимедийный проектор, экран.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по рабочей программе дисциплины, в том числе, видео-аудио материалы, компьютерные презентации.

Компьютер имеет доступ к электронно-библиотечным системам, выход в глобальную сеть Интернет, оснащен лицензионным программным обеспечением.

### **3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации учебной дисциплины**

#### **Основные учебные издания**

1. Носова С.С. Основы экономики: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019
2. Грибов В.Д. Управление структурным подразделением организации: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019

#### **Дополнительные учебные издания**

3. Куликов Л.М. Основы экономической теории: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019
4. Хазанович Э.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019
5. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019

**Интернет-ресурсы**

6. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

7. Справочная правовая системы «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>

**Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

8. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

9. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Результаты обучения	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p><b>Общие и профессиональные компетенции:</b></p> <p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>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;</p> <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p> <p>ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</p> <p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p> <p>ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.</p> <p>ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.</p>	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- опрос устный (фронтальный);</li> <li>- тестирование;</li> <li>- выполнение практической работы (индивидуальная форма работы);</li> </ul> <p>Оценка результатов выполнения самостоятельной работы</p> <p>Промежуточная аттестация в форме экзамена (3 семестр)</p>
<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li> <li>- работать с рекламой в средствах массовой информации;</li> <li>- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</li> <li>- проводить презентацию рекламного продукта;</li> <li>- подготавливать авторскую документацию для</li> </ul>	

<p>регистрации авторских прав;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- контролировать соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя;</li> <li>- взаимодействовать с субъектами рекламной деятельности;</li> <li>- подготавливать документацию для регистрации авторских прав.</li> </ul>	
<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- задачи, цели и общие требования к рекламе;</li> <li>- основные направления рекламной деятельности;</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- структуру рекламного рынка.</li> </ul>	

#### **4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

##### **Показатели и критерии оценивания компетенций**

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания содержатся в приложении 1.

##### **Контрольные и тестовые задания**

Контрольные задания содержатся в приложении 1.

##### **Методические материалы**

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих формирование компетенций, содержатся в приложении 1.

**Контрольно-оценочные средства  
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине  
ОП.04 Рекламная деятельность**

**1.1. Форма промежуточной аттестации:**

- Экзамен (3 семестр).

**1.2. Система оценивания результатов выполнения заданий**

Оценивание результатов выполнения заданий промежуточной аттестации осуществляется на основе следующих принципов:

достоверности оценки – оценивается уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, продемонстрированных обучающимися в ходе выполнения задания;

адекватности оценки – оценка выполнения заданий должна проводиться в отношении тех компетенций, которые необходимы для эффективного выполнения задания;

надежности оценки – система оценивания выполнения заданий должна обладать высокой степенью устойчивости при неоднократных оценках уровня сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций обучающихся;

комплексности оценки – система оценивания выполнения заданий должна позволять интегративно оценивать общие и профессиональные компетенции обучающихся;

объективности оценки – оценка выполнения конкурсных заданий должна быть независимой от особенностей профессиональной ориентации или предпочтений преподавателей, осуществляющих контроль или аттестацию.

При выполнении процедур оценки заданий используются следующие основные методы:

- метод расчета первичных баллов;
- метод расчета сводных баллов.

Результаты выполнения заданий оцениваются в соответствии с разработанными критериями оценки.

Используется пятибалльная шкала для оценивания результатов обучения.

Перевод пятибалльной шкалы учета результатов в пятибалльную оценочную шкалу:

<b>Оценка</b>	<b>Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания, средний балл по итогам аттестации</b>
Оценка 5 «отлично»	4,6-5
Оценка 4 «хорошо»	3,6-4,5
Оценка 3 «удовлетворительно»	3-3,5
Оценка 2 «неудовлетворительно»	≤ 2,9

**1.3. Контрольно-оценочные средства**

### 1.3.1 Задание:

### 1.3.2. Критерии оценки

#### 1.4. Материально-техническое обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Аттестация проводится в кабинете социально-экономических дисциплин

#### 1.5. Учебно-методическое и информационное обеспечение для проведения промежуточной аттестации

##### Основные учебные издания

1. Носова С.С. Основы экономики: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019
2. Грибов В.Д. Управление структурным подразделением организации: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019

##### Дополнительные учебные издания

3. Куликов Л.М. Основы экономической теории: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019
4. Хазанович Э.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019
5. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг: Учебник для СПО.- М.: Кнорус, 2019

##### Интернет-ресурсы

6. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>
7. Справочная правовая системы «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>

##### Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

8. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.
9. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.