

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Саратовский государственный технический
университет имени Гагарина Ю.А.»

Профессионально-педагогический колледж

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Профессионально-педагогического
колледжа СГТУ имени Гагарина Ю.А.
Т.И. Кузнецова
«20» июня 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
специальность
42.02.01 РЕКЛАМА

Рабочая программа рассмотрена
на заседании цикловой методической комиссии
Информационных технологий
протокол № 12 от «21» июня 2024 г.
Председатель ЦМК _____ А.А. Комзолова

Саратов 2024

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: Ниho 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

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

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

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего по программе дисциплины)	96
Промежуточная аттестация	12
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	82
в том числе:	
лекции, уроки	50
практические занятия	32
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	2
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
Тема 1. Основы руководства и управления	Содержание учебного материала	28	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	
	Практическое занятие № 1 Выбор и обоснование вида менеджмента для организаций различных типов	2		
	Практическое занятие № 2 Анализ разделения, специализации и кооперации совместной работы	4		
Практическое занятие № 3 Формирование аппарата управления и выдвижение руководителя организации	2			
Тема 2. Анализ эффективности предприятия и методы её	Содержание учебного материала	28	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		

совершенствов ания	Практическое занятие № 4 Оценка экономической эффективности управленческих решений.	2	2	
	Практическое занятие № 5 Разработка мотивационной стратегии для рекламного агентства.	4		
	Практическое занятие № 6 Круглый стол на тему: «Анализ и совершенствование эффективности управленческих решений на предприятиях выбранного типа».	4		
	Практическое занятие № 7 Разработка организационной структуры рекламного агентства.	2		
	Практическое занятие № 8 Круглый стол на тему: «Организационная структура рекламного агентства и управление ею».	4		
Тема 3. Управленческа я функция маркетинга	Содержание учебного материала	20	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		
	Практическое занятие № 9 Построение линейных и сетевых графиков упорядочения плановых действий.	2	2	
	Практическое занятие № 10 Соотнесение маркетингового плана и его бюджета.	2		
Практическое занятие № 11 Разработка системы контроля и корректировки планов маркетинга.	2			
Тема 4. Особенности рекламной деятельности на российских предприятиях	Содержание учебного материала	8		
	Организация системы маркетинга на российских предприятиях.	4	1	
	Практическое занятие № 12 Разработка проекта маркетинговых изменений на примере фирмы по продаже чая.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 1 Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя,	2	3	

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

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>Общие и профессиональные компетенции:</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"> - опрос устный (фронтальный); - тестирование; - выполнение практической работы (индивидуальная форма работы); <p>Оценка результатов выполнения самостоятельной работы</p> <p>Промежуточная аттестация в форме экзамена (3 семестр)</p>
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	

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

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:

Оценка	Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания, средний балл по итогам аттестации
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.