

Автономная некоммерческая профессиональная
образовательная организация
«Тамбовский колледж социокультурных технологий»

Утверждена приказом № 402-о
от «29» декабря 2025г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 Рекламная деятельность

по специальности 42.02.01 Реклама

Тамбов 2026

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.04 Рекламная деятельность для профессиональных образовательных организаций разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации № 552 от 21 июля 2023г., зарегистрированного в Минюсте России 22.08.2023 № 74908

Организация-разработчик:

АНПОО «Тамбовский колледж социокультурных технологий»

Автор: Манашкина С.А., преподаватель АНПОО ТКСКТ

Программа рассмотрена на заседании методического совета.

Протокол заседания №6 от 29.12.2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	20

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.10. РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована для подготовки студентов по специальности 42.02.01 Реклама на базе основного общего образования.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина входит в профессиональный учебный цикл и относится к общепрофессиональным дисциплинам.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью обучения является подготовка студентов к проектной деятельности в области разработки рекламной продукции.

Задачами дисциплины являются: получить знания по основам рекламной деятельности, особенностям проектирования рекламного продукта.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются следующие умения и знания:

Общие компетенции

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 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

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

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

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

Профессиональные компетенции

ПК 1.1. Разрабатывать техническое задание согласно требованиям заказчика

ПК 1.4. Использовать актуальные передовые технологии при реализации творческого замысла.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	104
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	98
в том числе:	
практические занятия	28
лекции	70
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	6
Итоговая аттестация в форме	экзамен

2.2 При изучении дисциплины «Рекламная деятельность» осуществляются следующие виды контроля:

- Текущий (внутрисемистровый) контроль осуществляется при выполнении контрольных работ, вынесенных преподавателем в учебный план;
- Семестровые испытания (экзамен) – предполагают на основе оценки уровня знаний, умений и навыков, полученных обучающимися в течение семестра, установление качества проведенных образовательных услуг и соответствие приобретенных личностных и профессиональных качеств студента целевым установкам дисциплины.

2.3. Содержание обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формируемых которыми способствует элемент программы
1	2	3	4
РАЗДЕЛ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		26	
Тема 1.1	Содержание учебного материала	12	ОК 01
Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Цели и	Цели, задачи и предмета учебной дисциплины, ее межпредметные связи. Реклама: понятие, назначение, функции: информирующая,	6	ОК 02

задачи рекламной деятельности	экономическая, стимулирования спроса, коммуникативная, социальная. Цели и задачи рекламы. Классификация рекламы: на виды, формы и типы, по целевой аудитории, по охватываемой территории, по средствам передачи, по функциям и целям, и другим признакам. Сфера применения: коммерческая и некоммерческая деятельность, социальные и политические отношения. Объекты рекламной деятельности: информация о товарах (услугах, работах) и организациях.	6	ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1. ПК 1.4.
	Практические работы		
	Цели рекламы. Задачи рекламы.		
Тема 1.2 История рекламы и особенности современного рынка рекламы	Содержание учебного материала	14	ОК 01
	История рекламного дела в России и за рубежом. Этапы развития рекламы. Реклама в древнем мире, в средние века и период расцвета	12	ОК 02

	капитализма. Развитие рекламы в России. Особенности современного этапа развития рекламы. Мировой рынок рекламы. Особенности российского рынка рекламы. Роль и значение рекламы в современных условиях.	2	ОК 01
	Самостоятельная работа		ОК 02
	Цели, задачи рекламной деятельности современного предприятия (рассматривается конкретная фирма) История развития рекламы в Западной Европе и США. Особенности рекламы в СССР. Реклама нового времени		ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1. ПК 1.4.
РАЗДЕЛ 2 РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. СУБЪЕКТЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		30	
Тема 2.1 Правовое	Содержание учебного материала	16	ОК 01

регулирование рекламной деятельности.	Государственное регулирование рекламной деятельности в России: документы, определяющие основные положения и правила рекламной деятельности и государственные организации, контролирующие исполнение принятых документов. Федеральный закон РФ «О рекламе»: структура. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров (услуг). Обязательные требования к рекламе, регламентируемые федеральным законом. Специфические требования к рекламе отдельных товаров. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной деятельности Международной торговой палаты. (Кодекс МТП).	10	ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1. ПК 1.4.
	Практические работы	6	
	1.Анализ рекламы в контексте права		
Тема 2.2 Требования к рекламе	Содержание учебного материала	14	ОК 01
	Рекламное сообщение: понятие, назначение, требования: добросовестность, правдивость, конкретность, целенаправленность, гуманность, компетентность и др. Разработка рекламного сообщения. Социальные аспекты регулирования рекламной деятельности.	10	ОК 02 ОК 03 ОК 04
	Самостоятельная работа		ОК 05

	Рефераты. Примерные темы рефератов: Защита несовершеннолетних в рекламе. Особенности рекламы оружия. Социальная реклама	4	ОК 09 ПК 1.1. ПК 1.4.
РАЗДЕЛ 3 СРЕДСТВА РЕКЛАМЫ. КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ РЕКЛАМЫ. ПЕЧАТНЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ		38	
Тема 3.1 Электронные средства массовой информации	Содержание учебного материала	14	ОК 01
	Электронные средства массовой информации: понятие, назначение, виды. Реклама на телевидении: понятие, виды. Использование телеэфира для распространения рекламы. Особенности телевизионной рекламы, ее преимущества и недостатки. Аудиореклама: понятие, виды.	12	ОК 02 ОК 03

	Использование радиовещания в рекламных целях. Преимущества и недостатки радиовещания. Интернет – реклама: особенности использования.	2	ОК 04
	Самостоятельная работа		ОК 05
	Рефераты.		ОК 09
	Примерные темы рефератов: 1. Анализ Тамбовского рекламного рынка на радио. 2. Анализ рекламной продукции на тамбовском телевидении.		ПК 1.1. ПК 1.4.
Тема 3.2 Средства почтовой рекламы	Содержание учебного материала	8	ОК 01
	Средства почтовой рекламы: понятие, назначение. Преимущества и недостатки. Особенности прямой почтовой рекламы. Используемые носители.	4	ОК 02
	Практическая работа	2	ОК 03
	1.Работа с образцами почтовой рекламы		ОК 04
	Самостоятельная работа		ОК 05
			ОК 09

	Рефераты. Примерные темы рефератов: 1. Тамбовский рынок почтовой рекламы в период избирательных кампаний.	2	ПК 1.1. ПК 1.4.
Тема 3.3 Средства наружной рекламы	Содержание учебного материала	8	ОК 01
	Средства наружной рекламы: понятие, виды. Наружная реклама. Классификация. Преимущества и недостатки наружной рекламы. Типы наружных рекламных сооружений. Реклама на транспорте. Преимущества и недостатки.	2	ОК 02 ОК 03 ОК 04
	Самостоятельная работа	2	ОК 05
	Рефераты. Примерные темы рефератов: 1. Рынок наружной рекламы г. Тамбова. 2. Рекламные агентства г. Тамбова, специализирующие на изготовлении наружной рекламы.	4	ОК 09 ПК 1.1. ПК 1.4.
Тема 3.4 Вспомогательные	Содержание учебного материала	8	ОК 01

средства рекламы	Вспомогательные средства рекламы: понятие, назначение, виды. Рекламные сувениры, реклама в кино и др.	4	ОК 02 ОК 03
	Самостоятельная работа		ОК 04
	Рефераты. Примерные темы рефератов: 1. Рекламные средства будущего. 2.Тенденции развития рекламной отрасли и технологий	4	ОК 05 ОК 09 ПК 1.1. ПК 1.4.
РАЗДЕЛ 4 ПЛАНИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ		10	

КАМПАНИЙ			
Тема 4.1 Оценка эффективности рекламы	Содержание учебного материала	10	ОК 01
	Эффективность рекламы: понятие. Коммуникативная и экономическая эффективность рекламы. Тестирование рекламных акций и рекламных кампаний: основные методы, факторы, влияющие на выбор метода тестирования.		ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1. ПК 1.4.
	Всего	104	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование кабинета:

- посадочные места студентов;
- рабочее место преподавателя;
- наглядные пособия (учебники, терминологические словари разных типов, опорные конспекты-плакаты, стенды, карточки, раздаточный материал, комплекты практических работ).

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор;
- ноутбук;
- проекционный экран;
- компьютерная техника для обучающихся с наличием лицензионного программного обеспечения;
- цифровой фотоаппарат;
- видеокамера;
- сканер;
- колонки.

Действующая нормативно-техническая и технологическая документация:

- правила техники безопасности и производственной санитарии;
- инструкции по эксплуатации компьютерной техники.

Программное обеспечение:

- Microsoft Office.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Учебники и учебные пособия

Рекомендуемая литература (основная)

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с.
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 502 с.
3. Поляков В. А., Васильев Г. А. Основы рекламы: учебное пособие - Юнити-Дана, 2015***
4. Рекламная деятельность: учебное пособие/Толкачев А. Н.-Издательство: Издательство Орловского филиала РАНХиГС, 2015***
5. Рекламная деятельность: учебное пособие/Блюм М. А.-Издательство: Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015***

Рекомендуемая литература (дополнительная)

1. Головлева Е.Л. Основы рекламы: Учебное пособие для вузов.- М.: Академический проект, 2008
2. Колышкина Т.Б., Марков Е.В. Анализ рекламного текста: Учебное пособие для вузов.- М . Юрайт 2024г.
3. Колышкина Т.Б., Марков Е.В. Проектирование и оценка рекламного образа: Учебник для вузов.- М . Юрайт 2025г
4. Маркетинг: учебник/кол-во авторов; под ред. проф. Парамоновой Т.Н. - М.: КНОРУС, 2008.
5. Матанцев А.Н. Эффективность рекламы: Учебное пособие.- М.: Финпресс, 2007.
6. Микитина Л.В., Т.С. Селевич Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Л.В. Микитина, Т.С. Селевич; ТПУ–Томск: Изд. ТПУ, 2009. – 119 с.
7. Музыкант В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями.- М.: Эксмо-Пресс, 2008
8. Назайкин А.Н. Рекламный текст в современных условиях: Практическое пособие.-

М.: Эксмо, 2007.

9. Огилви Д. Огилви о рекламе.- М.: Эксмо, 2009.

10. Песоцкий В. Реклама: Учебно- практическое пособие.-М.; Дашков и К, 2008.

11. Толкачев А.Н. Реклама и рекламная деятельность в России: закон и практика.- М.: Эксмо, 2008.- (Новейший Юридический практикум)

12. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы.: Учебник. – М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2008.

13. Уэллс У., Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама: принципы и практика. - СПб.: Питер, 2008.

Интернет-ресурсы:

http://exsolver.narod.ru/Books/Management/ad_man/index.html

<http://www.aup.ru/books/m99/7.htm>

<http://www.webstarstudio.com/marketing/res/kommunik.htm>

<http://www.bestreferat.ru/>

<http://www.createbrand.ru/biblio/>

<http://ego.uapa.ru/issue/2010/01/08/>

<http://www.iteam.ru/publications/marketing>

<http://revolution.allbest.ru>

<http://marketing.spb.ru/read.htm>

<http://www.iqlib.ru>

http://www.koob.ru/romanov_aa/marketingovie_kommunikatcii

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения аудиторных занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных и групповых заданий, практических работ.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
- составлять рекламные сообщения; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; - применять действующее законодательство в профессиональной деятельности	Тестирование, Индивидуальный: контроль выполнения практических работ, контроль выполнения индивидуальных творческих заданий.
Знания:	
- цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения; - правовое регулирование рекламной деятельности; - рекламный процесс; - виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний.	Комбинированный: индивидуальный и фронтальный опрос в ходе аудиторных занятий, контроль выполнения индивидуальных и групповых заданий, заслушивание рефератов