

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дымова Светлана Сергеевна
Должность: Директор
Дата подписания: 25.02.2025 16:06:15
Уникальный программный ключ:
76dbca65a427c5a8906028245af279c57b2518e5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРЕДМЕТА

СОО.02.ДВ.01.01 РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 РЕКЛАМА

квалификация – специалист по рекламе

«Дополнительные учебные дисциплины по выбору»
основной профессиональной образовательной программы СПО

профиль профессионального образования: социально-экономический
уровень изучения предмета: базовый

Москва, 2025

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Колледж бизнеса и дизайна»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Общеобразовательная дисциплина «Рекламные коммуникации» является дополнительной учебной дисциплиной по выбору при реализации образовательной программы среднего общего образования в пределах освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цели и планируемые результаты освоения дисциплины:

1.2.1. Цель общеобразовательной дисциплины

Цель дисциплины «Рекламные коммуникации»: сформировать у обучающихся первичных знаний и умений в области рекламных коммуникаций, навыки их применения в практической профессиональной деятельности.

1.2.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Знания, полученные при изучении дисциплины «Речевые коммуникации» формируют и развивают компетенции ОК 1, ОК 5 и ПК 1.4.

Код и наименование формируемых компетенций	Планируемые результаты освоения дисциплины	
	Общие	Дисциплинарные (предметные)
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p>В части трудового воспитания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - готовность к труду, осознание ценности мастерства, трудолюбие; - готовность к активной деятельности технологической и социальной направленности, способность инициировать, планировать и самостоятельно выполнять такую деятельность; - интерес к различным сферам профессиональной деятельности, <p>Овладение универсальными учебными познавательными действиями:</p> <p>а) базовые логические действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно формулировать и актуализировать проблему, рассматривать ее всесторонне; - устанавливать существенный признак или основания для сравнения, классификации и обобщения; - определять цели деятельности, задавать параметры и критерии их достижения; - выявлять закономерности и противоречия в рассматриваемых явлениях; - вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности; - развивать креативное мышление при решении жизненных проблем <p>б) базовые исследовательские действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть навыками учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; - выявлять причинно-следственные связи и актуализировать задачу, выдвигать гипотезу ее 	<ul style="list-style-type: none"> - осознавать причастность к отечественным традициям и исторической преемственности поколений; включение в культурно-языковое пространство русской и мировой культуры; сформированность ценностного отношения к литературе как неотъемлемой части культуры; - осознавать взаимосвязь между языковым, литературным, интеллектуальным, духовно-нравственным развитием личности; - знать содержание, понимание ключевых проблем и осознание историко-культурного и нравственно-ценностного взаимовлияния произведений русской, зарубежной классической и современной литературы, в том числе литературы народов России; - сформировать умения определять и учитывать историко-культурный контекст и контекст творчества писателя в процессе анализа художественных произведений, выявлять их связь с современностью; - уметь сопоставлять произведения русской и зарубежной литературы и сравнивать их с художественными интерпретациями в других видах искусств (графика, живопись, театр, кино, музыка и другие);

	<p>решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать полученные в ходе решения задачи результаты, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях; - уметь переносить знания в познавательную и практическую области жизнедеятельности; - уметь интегрировать знания из разных предметных областей; - выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения; - способность их использования в познавательной и социальной практике 	
<p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>В области эстетического воспитания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - эстетическое отношение к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, труда и общественных отношений; - способность воспринимать различные виды искусства, традиции и творчество своего и других народов, ощущать эмоциональное воздействие искусства; - убежденность в значимости для личности и общества отечественного и мирового искусства, этнических культурных традиций и народного творчества; - готовность к самовыражению в разных видах искусства, стремление проявлять качества творческой личности; <p>Овладение универсальными коммуникативными действиями:</p> <p>а) общение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять коммуникации во всех сферах жизни; - распознавать невербальные средства общения, понимать значение социальных знаков, распознавать 	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать представления о функциях русского языка в современном мире (государственный язык Российской Федерации, язык межнационального общения, один из мировых языков); о русском языке как духовно-нравственной и культурной ценности многонационального народа России; о взаимосвязи языка и культуры, языка и истории, языка и личности; об отражении в русском языке традиционных российских духовно-нравственных ценностей; сформировать ценностное отношение к русскому языку; - сформировать знаний о признаках текста, его структуре, видах информации в тексте; уметь понимать, анализировать и комментировать основную и дополнительную, явную и скрытую (подтекстовую) информацию текстов, воспринимаемых зрительно и (или) на слух; выявлять логико-смысловые отношения между предложениями в тексте; создавать тексты разных функционально-смысловых типов; тексты научного, публицистического, официально-делового стилей разных жанров (объем сочинения не менее 150 слов);

	<p>предпосылки конфликтных ситуаций и смягчать конфликты;</p> <ul style="list-style-type: none"> - развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств 	
<p>ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p>	<p>В части трудового воспитания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - готовность к труду, осознание ценности мастерства, трудолюбие; - готовность к активной деятельности технологической и социальной направленности, способность инициировать, планировать и самостоятельно выполнять такую деятельность; - интерес к сфере профессиональной деятельности. <p>Овладение универсальными учебными познавательными действиями:</p> <p>а) базовые логические действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно формулировать и актуализировать проблему, рассматривать ее всесторонне; - устанавливать существенный признак или основания для сравнения, классификации и обобщения; - определять цели деятельности, задавать параметры и критерии их достижения; - вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности; - развивать креативное мышление при решении жизненных проблем <p>б) базовые исследовательские действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть навыками учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; - выявлять причинно-следственные связи и актуализировать задачу; - анализировать полученные в ходе решения задачи результаты, критически оценивать их достоверность, 	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать первичные представления о ключевых аспектах рекламных коммуникаций; - сформировать понимание основ и специфики рекламных коммуникаций; - познакомиться с фундаментальными принципами и концепциями рекламных коммуникаций, включая историю, развитие и современное состояние отрасли; - развить первоначальные навыки, необходимые для работы в рекламной индустрии; - стимулировать творческое мышление и инновационный подход при создании рекламных материалов; - познакомить с возможностями использования современных рекламных инструментов и технологий; - сформировать представления о различных аспектах рекламных коммуникаций.

	<p>прогнозировать изменение в новых условиях;</p> <ul style="list-style-type: none">- уметь переносить знания в познавательную и практическую области жизнедеятельности;- уметь интегрировать знания из разных предметных областей;- выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения; <p>Овладение универсальными коммуникативными действиями:</p> <p>а) общение:</p> <ul style="list-style-type: none">- осуществлять коммуникации во всех сферах жизни, в том числе профессиональной;- распознавать невербальные средства общения, понимать значение социальных знаков, распознавать предпосылки конфликтных ситуаций и смягчать конфликты;- развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств.	
--	---	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы дисциплины	36
в т.ч.	
Основное содержание	36
в т. ч.:	
теоретическое обучение	18
практические занятия	18
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)	2 семестр

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, прикладной модуль	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
Основное содержание		36	
Тема 1. Реклама как феномен в современном мире	Основное содержание	8	ОК 01 ОК 05
	Теоретическое обучение	4	
	Понятие рекламы. Реклама с точки зрения законодательства. Исторические источники развития рекламы. Основные типы рекламных коммуникаций. Понятие рекламного сообщения, отличия от обычной коммуникации. Социальные детерминанты покупательского поведения. Основные социологические подходы к пониманию рекламы. Вклад социологических подходов в развитие управления рекламным процессом. Роль рекламы в процессе принятия потребительского решения. Основные этапы развития теории потребления и маркетинга. Роль и функции рекламного воздействия на различных этапах принятия потребительского решения. Прямая адресная реклама. Прямая адресная реклама как специфический тип печатной рекламы. Взаимодействие между организациями с помощью прямой адресной рекламы. Развитие прямой адресной рекламы в рамках телевизионной рекламы. Рекомендации по подготовке прямой адресной рекламе. Возможности и ограничения прямой адресной рекламы.	4	
	Практические занятия	4	
	Реклама в Древнем Море: виды и формы. Изучение древнейших примеров рекламных сообщений и методов их распространения. Анализ использования визуальных и текстовых средств рекламы в античных цивилизациях (Египет, Месопотамия, Греция, Рим). Обсуждение роли глашатаев, публичных объявлений и стендовых надписей в древности. <i>Практическая работа:</i> создание моделей древних рекламных сообщений и их сравнение с современными аналогами. Реклама в средневековом Европейском обществе. Обзор основных форм и методов рекламы в Средние века. Исследование роли ярмарок, городских рынков и гильдий в процессе рекламной коммуникации. Раскрытие значения знаков и символов в	4	

	<p>рекламе ремесленников и торговцев. <i>Практическая работа:</i> создание аутентичных средневековых рекламных объявлений.</p> <p>Реклама Нового Времени: новые виды и формы Анализ перехода от рукописных объявлений к печатной продукции. Изучение влияния появления газет, журналов и афиш на развитие рекламы в XVII-XIX веках. Рассмотрение первых примеров целевых рекламных кампаний и их характеристик. <i>Практическая работа:</i> разработка рекламного сообщения в стиле XIX века.</p>		
Тема 2. Разновидности рекламных коммуникаций	Основное содержание	16	ОК 01 ОК 05 ПК 1.4.
	Теоретическое обучение	8	
	Имиджевая реклама в современной рекламной деятельности. Значение имиджа для современной организации. Товарная и имиджевая реклама: сходства и различия. Возможности и сферы применения имиджевой рекламы. Виды и варианты репрезентации имиджевой рекламы. Имиджевая реклама на локальном уровне.	8	
	Практические занятия	8	
	Наружная реклама как вид рекламной коммуникации. Презентация и обсуждение элементов творческого задания. Печатная реклама как вид рекламной коммуникации. Презентация и обсуждение элементов творческого задания. Радиореклама как вид рекламной коммуникации. Презентация и обсуждение элементов творческого задания. Телевизионная реклама как вид рекламной коммуникации. Презентация и обсуждение элементов творческого задания.	8	
Тема 3. Рекламная деятельность на современном этапе развития	Основное содержание	12	ОК 01 ОК 05 ПК 1.4.
	Теоретическое обучение	6	
	Алгоритмизация рекламного процесса. Рекламный процесс как деятельность. Рекламные агентства как организаторы рекламного процесса. Этапы и схемы алгоритма рекламного процесса. Возможности и ограничения рекламного алгоритма. Креатив в современной рекламной деятельности. Недостатки шаблонного рекламного процесса. Понятие креатива и креативной рекламы. Современная реклама как объект применения креатива. Сферы применения креатива в рекламе. Технология разрыва как ведущий вариант применения креатива в рекламе.	6	

	Этапы и построение рекламной кампании. Реклама в комплексе маркетинговой деятельности. Реклама в рамках рекламной кампании. Рекламный процесс как инструмент продвижения товара или услуги. Этапы и описание рекламной кампании.		
	Практические занятия	6	
	Социальная реклама как социальный феномен современного общества. Виды и формы презентации социальной рекламы. Интернет как новая платформа для социальной рекламы. Презентация и обсуждение элементов творческого задания Интернет-реклама и её развитие. Презентация и обсуждение элементов творческого задания	6	
	Промежуточная аттестация по дисциплине (дифференцированный зачет)	2 семестр	
	Всего	36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Учебный кабинет.

Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативам и оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения.

Оборудование учебного кабинета:

- классная доска;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет;
- мультимедийный проектор;
- учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических занятий. В соответствие с п.4.4. ФГОС СПО допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся оснащен оборудованием и техническими средствами обучения с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и выходом в локальную сеть с доступом в «Личный кабинет» обучающегося.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 232 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701345>

2. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности : журналистика, реклама и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701349>

3. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 443 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710976>

4. Филипович, Е. И. Психология рекламы : учебное пособие : [16+] / Е. И. Филипович ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2023. – 98 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712217>

Дополнительные источники:

1. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>

2. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник : [16+] / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 390 с. : ил. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709798>

3. Евстафьев, В. А. История российской рекламы : современный период : учебное пособие / В. А. Евстафьев, Е. Э. Пасютина. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 928 с. : ил., табл. – (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622059>

4. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин ; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 392 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395>

Интернет-ресурсы

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру

2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам

3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия

4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций

5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс

6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me

7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям

8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний

9. <https://www.sostav.ru/> - российский рекламный портал - статьи о рекламе, маркетинге, PR

10. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России-ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России

11. http://www.akarussia.ru/knowledge/industrial_standarts - база данных по индустриальным стандартам интерактивной рекламы (разработано IAB Russia и утверждено комиссией по индустриальным стандартам АКАР)

12. <http://assadv.ru/> - сайт Ассоциация рекламодателей, которая выступает базовой площадкой для формирования общей позиции рекламодателей в рамках развития процесса саморегулирования в рекламе, участвует в обсуждении законопроектов в области рекламы, является членом Экспертного совета по рекламе при Государственной Думе Российской Федерации, проводит мониторинг практики применения рекламного законодательства

13. <http://www.advertiser-school.ru/advertising-news.html> – проект Школа рекламиста

14. <https://www.wfanet.org/> - сайт WFA-всемирной федерации рекламодателей, является глобальной торговой ассоциацией для мульти-национальных рекламодателей и национальных ассоциаций рекламодателей

Программное обеспечение

1. Операционная система Microsoft Windows 10

2. Пакет программ Microsoft Office Professional Plus

3. 7-zip GNU Lesser General Public License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
4. Интернет браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка раскрываются через дисциплинарные результаты, усвоенные знания и приобретенные студентами умения, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций.

Общая/профессиональная компетенция	Раздел / Тема	Тип оценочных мероприятий
ОК 01. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Темы 1,2,3	Устный опрос Тестирование Лингвистические задачи Выполнение практических заданий Выполнение заданий на дифференцированном зачете
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Темы 1,2,3	Устный опрос Тестирование Лингвистические задачи Выполнение практических заданий Выполнение заданий на дифференцированном зачете
ПК 1.4. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Темы 1,2,3	Устный опрос Тестирование Лингвистические задачи Выполнение практических заданий Выполнение заданий на дифференцированном зачете