

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Дымова Светлана Сергеевна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 17.02.2026 16:15:33  
Уникальный программный ключ:  
76dbca65a427c5a8906028245af279c57b2518e5

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

**УТВЕРЖДЕНО**  
Педагогическим советом  
АНПОО  
«Колледж бизнеса и дизайна»  
С.С. Дымова  
актуализированная версия  
«17» февраля 2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ОПЦ.04 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Наименование специальности: **42.02.01 Реклама**

Присваиваемая квалификация: **специалист по рекламе**

Форма обучения: **очная**

**Москва, 2024**

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОПЦ.04 «Рекламная деятельность» является обязательной частью общепрофессионального цикла в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама».

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ПК 1.4, ПК 2.1.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Цель - формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков в области рекламной деятельности.

В рамках программы дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания, практический опыт

| Код и наименование компетенции                                                                                            | Умения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Знания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Практический опыт                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК 1.4.<br>Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий | Должен уметь: <ul style="list-style-type: none"><li>– определять цель рекламной деятельности (для товара, услуги, организации, события);</li><li>– формулировать задачи рекламной кампании в соответствии с ее целью;</li><li>– выбирать вид рекламы в зависимости от цели и ситуации;</li><li>– подбирать средства распространения рекламы под поставленные задачи;</li><li>– анализировать эффективность рекламы с точки зрения ее соответствия цели, аудитории и выбранному каналу;</li><li>– определять признаки нарушений законодательства о рекламе и предлагать корректировки.</li></ul> | Должен знать: <ul style="list-style-type: none"><li>– понятие рекламы, её цели, задачи и функции;</li><li>– роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;</li><li>– основные виды и классификации рекламы;</li><li>– основные средства распространения рекламы и особенности их использования;</li><li>– основы правового регулирования рекламной деятельности;</li><li>– особенности интернет-рекламы и требования к её размещению.</li></ul>                             | Должен иметь практический опыт: <ul style="list-style-type: none"><li>– определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;</li><li>– планирования системы маркетинговых коммуникаций;</li><li>– разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.</li></ul> |
| ПК 2.1.<br>Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий | Должен уметь: <ul style="list-style-type: none"><li>– разрабатывать рекламное сообщение в соответствии с целью и целевой аудиторией;</li><li>– адаптировать рекламное сообщение под разные каналы;</li><li>– подбирать рекламные носители с учетом стратегических и тактических целей;</li><li>– планировать рекламные мероприятия и рекламные кампании;</li><li>– анализировать эффективность рекламы на основе общих критериев;</li><li>– обосновывать выбор способа организации рекламной деятельности.</li></ul>                                                                            | Должен знать: <ul style="list-style-type: none"><li>– современное состояние и тенденции рекламного рынка;</li><li>– значение место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций</li><li>– участников рекламного рынка и особенности организации рекламной деятельности;</li><li>– принципы разработки рекламного сообщения и этапы его создания;</li><li>– основные модели и подходы к построению рекламного текста;</li><li>– критерии оценки эффективности рекламы.</li></ul> | Должен иметь практический опыт: <ul style="list-style-type: none"><li>– планирования системы маркетинговых коммуникаций.</li></ul>                                                                                                                                                            |

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы                                 | Объем в часах            |
|----------------------------------------------------|--------------------------|
| Объем образовательной программы учебной дисциплины | 86                       |
| в том числе:                                       |                          |
| теоретическое обучение                             | 20                       |
| практические и лабораторные занятия                | 40                       |
| Самостоятельная работа                             | 12                       |
| Консультация                                       | 2                        |
| Промежуточная аттестация                           | 12<br>Экзамен, 3 семестр |

## 2.2. Тематический план и содержание дисциплины

| Наименование разделов и тем                          | Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Объем часов | Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 1                                                    | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3           | 4                                                                     |
| <b>Раздел 1. Введение в рекламную деятельность</b>   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>8</b>    |                                                                       |
| <b>Тема 1.1. Реклама в коммуникационном процессе</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2           | ПК 1.4                                                                |
|                                                      | Введение. Предмет, цели и задачи дисциплины.<br>Элементы рекламных коммуникаций. Понятие, назначение, цели, задачи и функции рекламы. Место рекламных коммуникаций в системе маркетинговых коммуникаций. Роль рекламы в современном обществе. Сущность рекламы, ее функции.                                                                                                                     | 2           | ПК 2.1                                                                |
| <b>Тема 1.2. Реклама как искусство</b>               | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2           | ПК 1.4                                                                |
|                                                      | Известные художники и их вклад в рекламное искусство: А. Васнецов, Б.А. Николаевич, В.А. Табурин, Н. Пиросмани, В. Маяковский, А. Муха, А. Тулуз-Лотрек, С. Дали, Э. Уорхол.<br>Фотография в рекламе как особый вид искусства: Ю. Теллер, О. Тоскани и др.<br>Известные режиссеры в мире рекламы: Р. Скотт, М. Гондри, Д. Финчер, Г. Ричи, М. Скорсезе, Ф. Миллер, Д. Линч, Ж.-Б. Мондино и др. | 2           | ПК 2.1                                                                |
| <b>Тема 1.3. История развития рекламы</b>            | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4           | ПК 1.4                                                                |
|                                                      | Древние прототипы рекламы. Рождение «промышленной» рекламы. Появление рекламы как профессионального вида деятельности: первые рекламные газеты США, первые рекламные агентства. Реклама XX века – первые шаги к современности. Э. Бернейс – первый теоретик рекламы. Рождение спама. Эра баннерной рекламы. Появление таргетированной и контекстной рекламы.                                    | 2           | ПК 2.1                                                                |
|                                                      | <b>В том числе практических занятий:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2           |                                                                       |
|                                                      | <b>Практическое занятие 1.</b> Выступление с презентациями по темам:<br>– Реклама в древнем мире;<br>– Реклама в средние века;<br>– Новое время: технологический прорыв в рекламе;<br>– Реклама в XX веке;<br>– Тренды и тенденции развития рекламы в XXI веке.                                                                                                                                 |             |                                                                       |

|                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |                  |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------|
| Раздел 2. Многообразие видов рекламы                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 30 |                  |
| Тема 2.1. Различные основания классификации рекламы | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 6  | ПК 1.4<br>ПК 2.1 |
|                                                     | Классификация рекламы по цели: коммерческая, некоммерческая. Виды рекламы по территории влияния: локальная, региональная, национальная, международная. Классификация рекламы по объекту рекламирования: товарная, нетоварная. Виды рекламы по целевой аудитории: деловая, потребительская. Классификация рекламы по характеру и интенсивности воздействия. Классификация рекламы по соответствию законодательству. | 2  |                  |
|                                                     | В том числе практических занятий:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 4  |                  |
|                                                     | Практическое занятие 2. Подбор и анализ примеров по каждому виду рекламы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |    |                  |
| Тема 2.2. Средства распространения рекламы          | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 24 | ПК 1.4<br>ПК 2.1 |
|                                                     | Медийная реклама: Наружная, внутренняя, транзитная (транспортная) реклама. Реклама в различных СМИ: пресса, телевидение, радио, Интернет. Немедийная реклама: прямая реклама, печатная реклама (рекламная полиграфия, рекламные мероприятия, реклама на местах продаж и POS-материалы. Характеристика различных видов рекламы, их преимущества и недостатки, назначение и критерии выбора.                         | 2  |                  |
|                                                     | В том числе практических занятий:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 22 |                  |
|                                                     | Практическое занятие 3. Особенности и технические требования к различным видам наружной рекламы: билбордам, супербордам, суперсайтам, ситибордам, ситиформатам, пицларсам, перетяжкам, афишам, брендмауэрам, медиафасадам. Практика закупки рекламных площадей.                                                                                                                                                    |    |                  |
|                                                     | Практическое занятие 4. Ограничения при размещении транспортной рекламы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |    |                  |
|                                                     | Практическое занятие 5. Определение типов модульной рекламы в периодических изданиях (газетах и журналах): публикация на правах рекламы, классическое объявление, слайд с подписью, было/стало, текст с заголовком, список доводов, история с картинками, рамка с картинками, звезда, каталог, рекламный комикс, заголовок.                                                                                        |    |                  |
|                                                     | Практическое занятие 6. Критерии эффективности рекламы. Анализ удачных и неудачных примеров рекламы на различных носителях медийной рекламы.                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |                  |
|                                                     | Практическое занятие 7. Особенности и технические требования к различным видам POS-материалов в зависимости от зоны их расположения: наружная зона, входная группа, торговый зал, место выкладки, зона расчетов.                                                                                                                                                                                                   |    |                  |
|                                                     | Практическое занятие 8. Анализ и обсуждения успешных рекламных мероприятий и степень достижения рекламных целей.                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |    |                  |
|                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |                  |

|                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |                  |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------|
| Раздел 3. Правовое регулирование рекламной деятельности                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 10 |                  |
| Тема 3.1.<br>Законодательство РФ о рекламе                                   | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 6  | ПК 1.4<br>ПК 2.1 |
|                                                                              | Законодательство РФ о рекламе. Понятия «реклама», «надлежащая реклама» и «ненадлежащая реклама» в законе «О рекламе». Основные цели закона. Требования к рекламе. Запреты и ограничения на рекламу. Государственное регулирование как важнейшая составляющая системы контроля рекламной деятельности.                 | 2  |                  |
|                                                                              | В том числе практических занятий:                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 4  |                  |
|                                                                              | Практическое занятие 9. Выявление признаков нарушения законодательства о рекламе в конкретных примерах.                                                                                                                                                                                                               |    |                  |
| Тема 3.2.<br>Особенности правового регулирования интернет-рекламы            | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 4  | ПК 1.4<br>ПК 2.1 |
|                                                                              | Существенные признаки отнесения информации к рекламной. Product placement, Посты в блогах и телеграм-каналах. Разграничение рекламы и смежных понятий: вывеска, сувениры, логотипы и пр. Требования к интернет-рекламе. Маркировка интернет-рекламы. ЕРИР и ОРД. Порядок действий при размещении рекламы в Интернете. | 2  |                  |
|                                                                              | В том числе практических занятий:                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 2  |                  |
|                                                                              | Практические занятия 10. Определение наличия или отсутствия существенных признаков рекламы в конкретных примерах.                                                                                                                                                                                                     |    |                  |
| Раздел 4. Разработка рекламных сообщений                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 8  |                  |
| Тема 4.1.<br>Рекламное сообщение как составляющая маркетинговых коммуникаций | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 2  | ПК 1.4<br>ПК 2.1 |
|                                                                              | Понятия рекламного сообщения. Инсайт и месседж. Структура и компоненты рекламного сообщения. Особенности в рамках маркетинговых коммуникаций. Ключевые принципы эффективного сообщения. Основные этапы и разработки рекламного сообщения.                                                                             | 2  |                  |
| Тема 4.2.<br>Модель создания рекламного сообщения.                           | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 6  | ПК 1.4<br>ПК 2.1 |
|                                                                              | Составляющие модели AIDA: Внимание (Attention), Интерес (Interest), Желание (Desire) и Действие (Action). Формула успешного заголовка. Принципы написания лида. Абстракции, свойства, характеристики выгоды. Формулы призыва к действию. Примеры и типичные ошибки применения модели.                                 | 2  |                  |
|                                                                              | В том числе практических занятий:                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 4  |                  |
|                                                                              | Практические занятия 11. Отработка навыка написания рекламных сообщений по модели AIDA                                                                                                                                                                                                                                |    |                  |
| Раздел 5. Организация рекламной деятельности.                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4  |                  |
| Тема 5.1.<br>Структура рекламного рынка                                      | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 4  | ПК 1.4<br>ПК 2.1 |
|                                                                              | Объем рекламного рынка. Современное развитие рекламного рынка, основные тренды и тенденции. Участники рекламного рынка: творческие агентства, медиаагентства,                                                                                                                                                         | 2  |                  |

|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |           |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--|
| <b>Тема 5.2.<br/>Способы организации<br/>рекламной деятельности<br/>в организации</b> | медиаселлеры, специализированные агентства, изготовители рекламных продуктов, фрилансеры и самозанятые. Организация работы рекламного агентства. Структурная организация рекламной деятельности: Создание собственного отдела рекламы, аутсорсинг, смешанный подход. Особенности, преимущества и недостатки каждого подхода. |           |  |
|                                                                                       | <b>В том числе практических занятий:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 2         |  |
|                                                                                       | <b>Практические занятия 12.</b> Обсуждение преимуществ и недостатков работы в сфере рекламы инхаус или в агентстве. Формирования собственных предпочтений и плана карьерного развития.                                                                                                                                       |           |  |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>12</b> |  |
| <b>Консультация</b>                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>2</b>  |  |
| <b>Промежуточная аттестация в форме экзамена</b>                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>12</b> |  |
| <b>Всего:</b>                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>86</b> |  |

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебный кабинет общепрофессиональных дисциплин.

Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативам и оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения. Учебный кабинет оснащен оборудованием, техническими средствами обучения для проведения занятий всех видов, предусмотренных РПД, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля, промежуточной итоговой аттестации.

##### **Оборудование учебного кабинета:**

**Основное оборудование:** мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя.

**Технические средства обучения:** персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических занятий. В соответствии 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.

Кабинет для воспитательной 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. Учебно-методическое обеспечение

##### **Основная литература:**

1. Рекламная деятельность : учебник / В.Д. Секерин, М.А. Измайлова, Э.Ю. Матвеев [и др.] ; под ред. В.Д. Секерина. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-020314-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169303>

2. 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>

3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ— URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

##### **Дополнительная литература:**

1. Основы PR и рекламной деятельности : учебное пособие для студентов: [16+] / В. А. Бондаренко, Н. А. Дадаян, К. А. Дзотцоева [и др.] ; под ред. В. А. Бондаренко ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022. — 244 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708613>

### **3.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:**

#### **Современные профессиональные базы данных:**

1. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей;
2. <https://ro-edu.ru/> - Федеральный Медиапортал «Российское образование»

#### **Информационные справочные системы:**

Министерство просвещения Российской Федерации. Банк документов. – URL: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>.

<https://slovaronline.com> - справочная поисковая система по всем доступным словарям, энциклопедиям и переводчикам в режиме Онлайн.

#### **Электронно-библиотечные системы (ЭБС):**

1. <https://znanium.ru/> - электронно-библиотечная система;
2. <http://biblioclub.ru>.

#### **Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

Операционная система Microsoft Windows 10;

Пакет программ Microsoft Office Professional Plus;

7-zip - архиватор;

Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/oprogramye/>;

Интернет-браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бесплатно).

Антивирусная программа Dr.Web.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы. | Результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Формы текущего контроля и промежуточной аттестации                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                        | <b>Знания:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК 1.4                                                                 | <p>Должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие рекламы, её цели, задачи и функции;</li> <li>– роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– основные виды и классификации рекламы;</li> <li>– основные средства распространения рекламы и особенности их использования;</li> <li>– основы правового регулирования рекламной деятельности;</li> <li>– особенности интернет-рекламы и требования к её размещению.</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– объясняет понятие рекламы, её цели, задачи и функции;</li> <li>– определяет роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– различает основные виды рекламы и приводит примеры по заданной классификации;</li> <li>– описывает основные средства распространения рекламы и особенности их применения;</li> <li>– демонстрирует знание основ законодательства РФ о рекламе, различает надлежащую и ненадлежащую рекламу;</li> <li>– объясняет особенности интернет-рекламы и основные требования к её размещению.</li> </ul> | <p>Экспертное наблюдение и оценивание знаний на теоретических занятиях. Оценивание по результатам устного и письменного опросов. Подготовка рефератов и выступлений по выбранной теме. Проведение тестирования. Выполнение практических работ. Результаты промежуточной аттестации.</p> |
| ПК 2.1.                                                                | <p>Должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– современное состояние и тенденции рекламного рынка;</li> <li>– значение место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций</li> <li>– участников рекламного рынка и особенности организации рекламной деятельности;</li> <li>– принципы разработки рекламного сообщения и этапы его создания;</li> <li>– основные модели и подходы к построению рекламного текста;</li> <li>– критерии оценки эффективности рекламы.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– характеризует современное состояние рекламного рынка и основные тенденции его развития;</li> <li>– объясняет значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– называет участников рекламного рынка и объясняет их функции;</li> <li>– описывает этапы разработки рекламного сообщения и общие принципы его построения;</li> <li>– знает основные подходы к построению рекламного текста и типичные ошибки в сообщениях;</li> <li>– раскрывает критерии оценки</li> </ul>                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | эффективности рекламы и демонстрирует понимание способов их применения.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|         | <b>Умения:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ПК 1.4  | <p>Должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять цель рекламной деятельности (для товара, услуги, организации, события);</li> <li>– формулировать задачи рекламной кампании в соответствии с ее целью;</li> <li>– выбирать вид рекламы в зависимости от цели и ситуации;</li> <li>– подбирать средства распространения рекламы под поставленные задачи;</li> <li>– анализировать эффективность рекламы с точки зрения ее соответствия цели, аудитории и выбранному каналу;</li> <li>– определять признаки нарушений законодательства о рекламе и предлагать корректировки.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет цель рекламной деятельности в заданной ситуации;</li> <li>– формулирует задачи рекламной кампании, логично связанные с целью;</li> <li>– выбирает вид рекламы в зависимости от цели и условий продвижения;</li> <li>– подбирает средства распространения рекламы под поставленные задачи и целевую аудиторию;</li> <li>– анализирует рекламные примеры с точки зрения соответствия цели, аудитории и каналу;</li> <li>– выявляет признаки нарушений законодательства о рекламе и предлагает корректные исправления.</li> </ul>                                                       | <p>Экспертное наблюдение и оценивание знаний на теоретических и практических занятиях. Оценивание по результатам устного и письменного опросов. Подготовка рефератов и выступлений по выбранной теме. Проведение тестирования. Выполнение практических работ. Результаты промежуточной аттестации.</p> |
| ПК 2.1. | <p>Должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать рекламное сообщение в соответствии с целью и целевой аудиторией;</li> <li>– адаптировать рекламное сообщение под разные каналы;</li> <li>– подбирать рекламные носители с учетом стратегических и тактических целей;</li> <li>– планировать рекламные мероприятия и рекламные кампании;</li> <li>– анализировать эффективность рекламы на основе общих критериев;</li> <li>– обосновывать выбор способа организации рекламной деятельности.</li> </ul>                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывает рекламное сообщение с учетом цели и целевой аудитории;</li> <li>– адаптирует рекламное сообщение под разные каналы и форматы распространения;</li> <li>– подбирает рекламные носители в соответствии со стратегическими и тактическими целями;</li> <li>– планирует рекламные мероприятия и рекламные кампании (в учебном формате);</li> <li>– оценивает эффективность рекламного решения по общим критериям и формулирует выводы;</li> <li>– обосновывает выбор способа организации рекламной деятельности (в организации или с привлечением сторонних исполнителей).</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|         | <b>Практический опыт:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ПК 1.4. | Должен иметь практический опыт:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | – разрабатывает цель и задачи                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Оценивание по                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>– определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;</li> <li>– планирования системы маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.</li> </ul> | <p>рекламной/коммуникационной кампании, оформляя их в виде краткого описания или плана;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планирует систему маркетинговых коммуникаций для решения поставленной задачи (подбирает комплекс каналов и форматов);</li> <li>– предлагает общий вариант стратегии коммуникации в учебном формате (цель → аудитория → рекламные средства → ожидаемый результат);</li> <li>– аргументирует выбор рекламных инструментов и учитывает правовые ограничения.</li> </ul> | <p>результатам устного и письменного опросов. Подготовка рефератов и выступлений по выбранной теме. Проведение тестирования. Выполнение практических работ. Результаты промежуточной аттестации.</p> |
| ПК 2.1.                                   | <p>Должен иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планирования системы маркетинговых коммуникаций.</li> </ul>                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– составляет план коммуникаций для рекламной кампании, включая подбор каналов и форматов продвижения;</li> <li>– обосновывает выбор рекламных средств с учетом целей кампании и практических условий реализации.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Промежуточная аттестация – экзамен</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                      |