

Профессиональная образовательная автономная
некоммерческая организация
**МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ
РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА**

Одобрено
Педагогическим советом
академии
от «09» февраля 2026 г.
(протокол № 1)

Утверждаю
Директор академии

приказ от «09» февраля 2026 г. № 5



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ: Рекламная деятельность

КОД СПЕЦИАЛЬНОСТИ: 42.02.01 Реклама

Москва 2026

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и одобрена предметно-цикловой комиссией дисциплин из области средств массовой информации и информационно-библиотечного дела **ПО АНО "Международная академия дизайна и рекламы"**

Протокол №1 «01» марта 2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «21» июля 2023 г. № 552

Организация-разработчик: **ПО АНО "Международная академия дизайна и рекламы"**

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2 СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Рекламная деятельность входит в общепрофессиональный цикл.

1.2 Цели и задачи учебной дисциплины

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

- основные понятия теории коммуникаций и рекламы;
- основные этапы развития рекламы и коммуникаций;
- аспекты правового и этического регулирования рекламной деятельности;
- классификацию видов рекламных коммуникаций;
- основные инструменты и средства распространения рекламы;
- участники рекламного процесса, их функции;
- организационные формы рекламной деятельности;
- основные документы, используемые в рекламной деятельности;
- основные методы оценки эффективности рекламы;
- тенденции и векторы развития рекламы

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

- ориентироваться в основных понятиях и категориях рекламы;
- идентифицировать рекламу и рекламную продукцию по характеристикам и маркерам;
- определять неэтическую и недобросовестную рекламу;
- определять вид рекламного продукта;
- ориентироваться в основных площадках размещения рекламы;
- определять функции и задачи каждого участника рекламного процесса;
- работать со специализированными документами рекламной деятельности;
- аргументировать свою оценку рекламного продукта;
- оценивать прогнозы развития рекламы.

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

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.3. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 164 часа, в том числе:
обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося 128 часов;
самостоятельная работа обучающегося 30 часов.

Промежуточная аттестация- 6 ч

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов по очной форме обучения</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	164
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	128
Промежуточная аттестация	6
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	30
Консультации	-
Форма промежуточной аттестации - экзамен	

2.2. Тематический план учебной дисциплины

Название разделов / тем учебной дисциплины	Вид учебной работы	Объем часов, очная форма обучения	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. «Основы теории коммуникации»			
Тема 1.1. Понятие, виды, средства, коммуникаций	Теоретическое обучение	4	1
	Практические занятия	-	
	Семинарские занятия	8	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 1.2. Развитие средств коммуникации, коммуникативные революции	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	-	
	Семинарские занятия	8	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 1.3 Коммуникационный процесс. Модели коммуникации	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	8	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Раздел 2. «Основные понятия и характеристики рекламы»			
Тема 2.1 Сущность, функции, цели и задачи рекламы	Теоретическое обучение	4	1
	Практические занятия	-	
	Семинарские занятия	8	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 2.2. Классификации рекламы	Теоретическое обучение	6	3
	Практические занятия	10	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.3. Основные этапы истории	Теоретическое обучение	2	2

рекламы	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 2.4. Государственное регулирование и саморегулирование рекламы, этические стандарты	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 3. «Профессиональные процессы в рекламной отрасли»			
Тема 3.1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 3.2. Участники рекламного процесса, рекламный рынок	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 3.3. Понятие рекламной и коммуникационной кампании	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 3.4. Документационное обеспечение рекламной деятельности	Теоретическое обучение	2	3
	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Раздел 4. Оценка эффективности рекламы			
4.1. Виды и методы оценки эффективности рекламы	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
4.2. Тенденции и векторы развития рекламы	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Экзамен		6	
Итого		164	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинет «Рекламная деятельность», оснащенный оборудованием:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс модуля;
- экран;

техническими средствами обучения:

- компьютеры;
- мультимедиапроектор;

- лицензионное программное обеспечение, в том числе информационные справочно-правовые системы специальный выпуск интернет-версии "ГАРАНТ-Образование", размещаемый в сети Интернет по адресу: <http://edu.garant.ru/garant/study/> (свободный доступ).

3.2.Реализация элементов практической подготовки

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

3.3.Воспитательная составляющая программы

Воспитательная система в академии направлена на формирование и развитие интеллектуальной, культурной, творческой, нравственной личности обучающегося, будущего специалиста, сочетающего в себе профессиональные знания и умения, высокие моральные и патриотические качества, обладающего правовой и коммуникативной культурой, активной гражданской позицией.

3.4.Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Адаптация рабочей программы дисциплины проводится при реализации адаптивной образовательной программы (при предоставлении индивидуальной программы реабилитации или абилитации (ИПРА) инвалида разрабатывается в соответствии с его потребностями) – в целях обеспечения права инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на получение профессионального образования, создания необходимых для получения среднего профессионального образования условий, а также обеспечения достижения обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья результатов формирования практического опыта.

3.5.Оборудование учебного кабинета для обучающихся с различными видами ограничения здоровья

В учебном корпусе созданы специальные условия для получения образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

размещение на первом этаже здания светодиодного табло с бегущей строкой для дублирования справочной информации (240x1040мм, красное свечение);

размещение в кабинете индивидуального обучения инвалидов портативной индукционной звукоусиливающей системы VERT-1A;

оснащение кабинета индивидуального обучения инвалидов карманными увеличителями (увеличение 7х, материал пластик);

оснащение компьютера, предназначенного для работы инвалидов, тактильным набором для маркировки клавиатуры;

размещение специальных наклеек для маркировки дверных проемов (желтые круги, d=200мм);

установка тактильного стенда с информацией об институте, выполненной азбукой Брайля (470x610мм, настенное крепление);

установка в кабинете индивидуального обучения инвалидов специального программного обеспечения открытого доступа:

- Microsoft Windows 10, Центр специальных возможностей, Экранная лупа;
- Microsoft Windows 10, Центр специальных возможностей, Экранная диктор;
- Microsoft Windows 10, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура;
- экранная лупа OneLoupe;
- речевой синтезатор «Голос».

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;

- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, выступлений с докладами и защитой выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

зачет и экзамен, проводимые в письменной форме, - не более чем на 90 мин.,

проводимые в устной форме – не более чем на 20 мин.,

- продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

ПО АНО "Международная академия дизайна и рекламы" устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).

3.6. Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Применяемые при реализации рабочей программы формы и методы контроля проводятся с учетом ограничения здоровья обучающихся.

Целью текущего контроля является своевременное выявление затруднений и отставания обучающегося с ограниченными возможностями здоровья и внесение коррективов в учебную деятельность.

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

При проведении промежуточной аттестации обучающемуся предоставляется время на подготовку к ответу, увеличенное не более чем в три раза от установленного для подготовки к ответу обучающимся, не имеющим ограничений

3.7. Информационное обеспечение обучения

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

а) Основная литература

1. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилинбир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95335>
2. Епифанова, А. Г. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 220 с. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/123351>

б) Дополнительная литература

1. Фрумкин, Г. М. Сценарное мастерство: кино - телевидение - реклама : учебное пособие / Г. М. Фрумкин. — 7-е изд. — Москва : Академический проект, 2020. — 223 с. — ISBN 978-5-8291-2651-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/110082>
2. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95594>

в) Периодические издания

Rosdesign.com Портал. Про дизайн: <http://rosdesign.com>

Типомания. Слова, Шрифты, Типографика: <http://www.typo.mania.ru/>

Журнал «Новости рекламы» www.новости-рекламы.рф

Журнал "Время рекламы" www.время-рекламы.рф

Интернет-ресурсы

1. Электронно-библиотечная система: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Доступ обучающимся в электронную информационно-образовательную среду

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных ресурсов сети Интернет

Наименование
Операционная система Microsoft Windows
Microsoft Office 2010 (Word, Excel, Power Point и др.)
Электронно-библиотечная система «Консультант студента» https://www.studentlibrary.ru

Автоматизированная система, на платформе информационной оболочки портала InStudy https://dist.fknz.ru/
Единое окно доступа к информационным ресурсам: http://window.edu.ru/ .
Российская государственная библиотека http://rsl.ru/
Университетская электронная библиотека In Folio http://www.infoliolib.info/
Мир энциклопедий http://www.encyclopedia.ru/
Сайт «Всё для студента» https://www.for-stydenets.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В ХОДЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Результаты обучения	Формы и методы контроля для оценки результатов обучения
<p>Освоенные умения:</p> <ul style="list-style-type: none">- ориентироваться в основных понятиях и категориях рекламы;- идентифицировать рекламу и рекламную продукцию по характеристикам и маркерам;- определять неэтическую и недобросовестную рекламу;- определять вид рекламного продукта;- ориентироваться в основных площадках размещения рекламы;- определять функции и задачи каждого участника рекламного процесса;- работать со специализированными документами рекламной деятельности;- аргументировать свою оценку рекламного продукта <p>Усвоенные знания:</p> <ul style="list-style-type: none">- основные понятия теории коммуникаций и рекламы;- основные этапы развития рекламы и коммуникаций;- аспекты правового и этического регулирования рекламной деятельности;- классификацию видов рекламных коммуникаций;- основные инструменты и средства распространения рекламы;- основные документы, используемые в рекламной деятельности;- основные методы оценки эффективности рекламы;- тенденции и векторы развития рекламы	<p>Экзамен в форме:</p> <ul style="list-style-type: none">- устного опроса выполнения заданий и