

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 2026.01.14

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcba1abc6ab7a

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Северо-Кавказский федеральный университет»

Высшая школа креативных индустрий

Колледж креативных индустрий

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова А.Г.

Рабочая программа учебной дисциплины

ОП.04 Рекламная деятельность

Специальность 42.02.01 Реклама

Форма очная
обучения

Ставрополь, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.04 «Рекламная деятельность» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана:

1 Двоенко О. А., канд. филол. наук, доцент департамента
медиакоммуникаций

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 Рекламная деятельность

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Рекламная деятельность» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные

	средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты;
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	основы проектной деятельности; психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов

	профессиональные темы	профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
ПК 3.1	определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет
ПК 3.2	подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК.	возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему
ПК 3.3	использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;	отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

	конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; определять эффективные офферы; создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.	
--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	36
в т.ч.:	
теоретическое обучение	10
практические занятия	26
Промежуточная аттестация	экзамен

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций
1	2	3	4
Тема 1. Рекламная кампания.	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	1. Реклама, общество, законодательство.		
	2. Виды и инструменты рекламы.		
	3. Исследование рынка и целевой аудитории. Сегментация.		
	4. Правовые аспекты рекламной деятельности.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия:	4	
	1. Составление брифа для разработки рекламной кампании.		
	2. Аналитические кейсы. Работа с кейсами (поиск кейсов на заданную тематику: проблематика логистики компании, анализ стратегии компании).		
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 2. Каналы продвижения. Реклама и продажи.	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	1. Модели рекламного воздействия.		
	2. Цифровые каналы продвижения.		
	3. Реклама и продажи.		
	4. Медиапланирование.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	

	практические занятия 1. Составление контент-плана по продвижению компании. Выбор оптимальных каналов продвижения. 2. Проектная работа (выбор компании в интернете, разложить на 4Р (продукт, цена, продвижение, место продажи)).	4	
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 3. Эффективность рекламной деятельности: ключевые метрики	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	1. Анализ эффективности рекламной кампании.		
	2. Ключевые показатели эффективности рекламной кампании.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Анализ рекламной кампании в интернете. Построение гипотез.	4	
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 4. Рекламный копирайтинг	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	1. Позиционирование УТП компании через текст.		
	2. Продающие тексты по формуле AIDA и 5W.		
	в том числе:		
	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Составление текста с использованием схемы AIDA.	4	
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
Тема 5. Концепции и креативы	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	1. Создание рекламного текста под психологические портреты целевой аудитории		
	2. Тексты для разных каналов продвижения.		
	3. Креатив в текстах. Разработка концепции.		
	в том числе:		

	лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	практические занятия: 1. Составление текста с использованием УТП компании. 2. Практическая работа «Разработать рекламный текст в рамках определенной концепции рекламной кампании». 3. Практическая работа «Составление текста для различных каналов продвижения».	6	
	контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	-	
	Промежуточная аттестация	экзамен	
Всего:		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта (с указанием площади и номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)	Собственность или оперативное управление, хозяйственное ведение, аренда (субаренда), безвозмездное пользование, практическая подготовка	Полное наименование собственника (арендодателя, ссудодателя) объекта недвижимого имущества	Документ – основание возникновения права (реквизиты и срок действия)
24	Рекламная деятельность	Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оборудована учебной мебелью на 124 посадочных места, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС)	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (170,2 кв. м, помещение № 209, этаж 3)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости и от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные издания

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792>

3.2.2. Основные электронные издания

1. Евстафьев, В.А. История российской рекламы: современный период : учебное пособие / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 880 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 763-805 - ISBN 978-5-394-02686-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450739>

3.2.3. Дополнительные источники

1. 125 беспроигрышных идей : практическое пособие / Васильева Е.А.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2.

2. Дробо, К. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / К. Дробо ; перевод Ю. Орловой. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 276 с. — ISBN 5-9614-0109-X

3. Романов А.А. Рекламный менеджмент : учебное пособие / Романов А.А., Каптюхин Р.В.. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 432 с. — ISBN 978-5-374-00393-2.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
---------------------	-----------------	---------------

Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской	Создание лендингов для рекламы продуктов. Создание медиа-визуальных форм. Презентация проекта от идеи/инсайта до полного описания рекламной кампании (подготовка концепт-борда и презентации в эл. виде). Составление/ разработка технического задания /брифа по результатам общения с заказчиком. Составление опросника для сформированной базы клиентов. Формирование базы клиентов. Составление/разработка коммерческих предложений для заказчика.	Текущий контроль в форме: выполнения и оценки практических работ, устного опроса, собеседования, тестирования Промежуточная аттестация: экспертная оценка во время экзамена
--	---	--

деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес- планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты; основы проектной деятельности; психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности; типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; возможности интернет- ресурсов для рекламирования товаров/услуг; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному		
---	--	--

функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.		
Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); определять задачи для поиска	Оценка воронки продаж, прогноза роста согласно эффективности маркетинговой стратегии (по формуле ROI) Эффективность показателей, CTR. Анализ наличия обратной связи от целевой аудитории Получена обратная связь/ответ от ЦА (звонок, сообщение, комментарий и т.п.). Проверка задания на конвертацию макета в заданный формат. Наличие всех необходимых папок на рабочем столе и в облачных хранилища. Выставлены задачи в CRM системе. Все папки размещены на рабочем столе, задачи	Текущий контроль в форме: выполнения и оценки практических работ, устного опроса, собеседования, тестирования Промежуточная аттестация: экспертная оценка во время экзамена

информации определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач; определять актуальность н о р м а т и в н о - п р а в о в о й документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею;	выставлены.	
---	--------------------	--

определять источники финансирования; организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе; понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет; подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения		
--	--	--

обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирования сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК; использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых		
--	--	--

материалов на оригинальность и антиплагиат;
размещать рекламные материалы в социальных медиа;
разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;
определять эффективные офферы;
создавать оригинальные и стильные логотипы;
составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
повышать информационную наглядность сайтов;
создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;
доводить информацию заказчика до ЦА;
использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

--	--	--

.