



Нестеренко
Ирина
Юрьевна

Подписано цифровой
подписью: Нестеренко
Ирина Юрьевна
Дата: 2026.01.15 09:55:38
+05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

«20» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

42.02.01 Реклама
(код профессии, специальности СПО)

Специалист по рекламе
(наименование квалификации)

Кафедра: Экономика

Разработчики программы:

Преподаватель кафедры экономики С.В. Линьков

Программа обсуждена на заседании кафедры экономики
протокол № 5 от «24» января 2024 г.

Заведующий кафедрой экономики

О.В. Зубкова

«24» января 2024 г.

Оглавление

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА	3
4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:	3
5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	5
5.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Рекламная деятельность» (очная/заочная форма обучения).....	6
6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.....	11
6.2 Информационное обеспечение обучения.....	11
7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	12
9. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	15
10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ.....	21

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламная деятельность» является общепрофессиональной дисциплиной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения учебной дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области применения в профессиональной деятельности методов, средств и приемов менеджмента, форм делового и управленческого общения, контроля и оценки эффективности рекламных кампаний, медиапланирования.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- рассмотреть ключевые аспекты менеджмента: понятие, концепции, процесс управления, функции, стили управления;
- раскрыть способы контроля и оценки эффективности рекламной кампании;
- рассмотреть сущность медиапланирования;
- способствовать овладению навыками решения типовых задач в области профессиональной деятельности.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Дисциплина «Рекламная деятельность» относится к общепрофессиональным дисциплинам основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

Дисциплина основывается на знаниях, полученных при освоении дисциплины ОП.07 «Менеджмент».

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы при изучении дисциплины ОП.11 «Экономика организации», профессионального модуля ПМ.02.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими общими компетенциями (далее - ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими профессиональными компетенциями (далее - ПК):

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

**Таким образом, в результате освоения дисциплины обучающийся должен:
иметь практический опыт:**

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

У1 - составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

У2 - работать с рекламой в средствах массовой информации;

У3 - проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

У4 - проводить презентацию рекламного продукта;

У5 - подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

З1 - экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

З2 - основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;

З3 - пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

З4 - основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

З5 - аспекты планирования рекламы;

З6 - этапы принятия и реализации управленческих решений;

З7 - классификацию целей менеджмента.

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения на базе основного общего образования (1г.10м./2 г.10м.)

Вид учебной работы	<i>Объем часов всего</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	90
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	60
В том числе:	
теоретическое обучение	20
практические занятия	40
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
В том числе:	
работа по темам	11
подготовка докладов по темам	11
Итоговые аттестации	1/3 семестр Экзамен

**5.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Рекламная деятельность»
(очная форма обучения)**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	2
	Занятия лекционного типа Понятие и сущность менеджмента. Соотношение понятий «управление» и «менеджмент». Управленческий труд и его специфика. Классификация управленческих работников. Развитие теории и практики менеджмента. Специфика менеджмента в России. Организация работы предприятия. Цикл менеджмента.	3	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 2. Целенаправленность управления ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	2
	Занятия лекционного типа Миссия и цели организации. Свойства и виды целей. Содержание и значение метода управления по целям.	1	
	Практические занятия Практическое занятие №1 «Анализ управленческих навыков и характеристик менеджера»	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 3. Планирование как функция менеджмента ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	8	2
	Занятия лекционного типа Значение и принципы планирования. Перспективный подход в управлении. Анализ внешней и внутренней среды организации. Общая стратегия развития организации.	2	

	Практические занятия Практическое занятие №2 «Анализ миссии и целей организации» Практическое занятие №3 «Анализ внутренней и внешней среды организации»	4	2
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 4. Организация как функция менеджмента ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	8	2
	Занятия лекционного типа Разделение деятельности в организации. Виды организационных структур управления. Выявление структурных проблем. Факторы, определяющие организационную структуру управления. Проектирование индивидуальных должностных инструкций. Современные концепции организации. Стадии и кризисы организационного развития.	2	
	Практические занятия Практическое занятие №4 «Построение структуры организации»	4	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 5. Координация деятельности в организации ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	2
	Занятия лекционного типа Сущность и задачи координации в системе управления. Способы координации деятельности (по Гэлбрейту). Способы координации (по Минцбергу).	3	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 6. Контроль и регулирование ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	5	2
	Занятия лекционного типа Сущность и задачи контроля в системе управления. Составляющие процесса контроля и уровни его применения. Типы контроля. Этапы контроля. Характеристики эффективного контроля	1	
	Практические занятия Практическое занятие №5 «Анализ способов контроля организации»	2	
	Самостоятельная работа студентов	2	

	Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.		
Тема 7. Мотивация в системе менеджмента ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	5	
	Занятия лекционного типа Общая характеристика мотивации. Содержательные теории мотивации. Делегирование.	3	2
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 8. Функция руководства ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	
	Занятия лекционного типа Содержательная характеристика функции руководства. Роли руководителя. Система методов управления. Эффективность управления организацией. Характеристики эффективного управления.	1	2
	Практические занятия Практическое занятие №6 «Анализ управленческих решений»	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 9. Лидерство (стили руководства) в менеджменте ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	
	Занятия лекционного типа Понятие лидерства. Теории лидерских черт. Теории лидерских стилей. Ситуационные теории лидерства. Психоаналитические теории лидерства	1	2
	Практические занятия Практическое занятие №7 «Ситуационные теории лидерства»	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 10. Управленческое решение ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	
	Занятия лекционного типа Управленческое решение. Виды и типы управленческих решений. Методы принятия решений. Уровни принятия решений.	1	2
	Практические занятия Практическое занятие №8 «Определение стилей управления по решетке менеджмента»	2	

	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 11. Коммуникационный процесс ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	
	Занятия лекционного типа Информация как основа коммуникационного процесса. Этапы коммуникационного процесса. Деловое общение. Управление коммуникациями в организациях.	3	2
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 12. Культура организации ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	
	Занятия лекционного типа Понятие организационной культуры. Корпоративная культура и климат организации. Виды организационной культуры. Изменение организационной культуры.	3	2
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 13. Социофакторы и этика менеджмента ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	
	Занятия лекционного типа Эффективность деятельности рабочей группы. Управление конфликтами. Стресс. Пути предупреждения стрессовых ситуаций. Самоменеджмент.	1	2
	Практические занятия Практическое занятие №9 «Анализ конфликтов»	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 14. Организация и планирование рекламных кампаний ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	8	
	Занятия лекционного типа План рекламной кампании. Разработка рекламного бюджета. Документы, содержащиеся в рекламном плане. Документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	2	2
	Практические занятия Практическое занятие №10 «Разработка рекламного бюджета»	4	
	Самостоятельная работа студентов	2	

	Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.		
Тема 15. Медиапланирование ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	4	
	Занятия лекционного типа Введение в медиапланирование. Этапы медиапланирования. Медиапараметры для оценки рекламоносителей. Основные документы медиапланирования	1	2
	Практические занятия Практическое занятие №11 «Медиапланирование»	2	3
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	1	
Тема 16. Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности ОК 1,2; ПК 4.1	Содержание учебного материала	8	
	Занятия лекционного типа Тактический и стратегический контроль рекламы. Особенности планирования и организации контроля в рекламном агентстве. Объекты исследований в рекламе. Экономическая эффективность рекламной кампании.	2	2
	Практические занятия Практическое занятие №12 «Оценка эффективности рекламной кампании»	4	3
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Консультация		2	
Промежуточная аттестация		6	
ВСЕГО		90	
Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения: 1. – ознакомительный или минимальный уровень (узнавание ранее изученных объектов, свойств); 2. – репродуктивный или базовый уровень (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством) 3. – продуктивный или высокий уровень (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)			

Занятия, проводимые в интерактивных формах

№ п/п	Тема занятия	Форма
1	Практическое занятие №11 «Медиапланирование»	Анализ ситуаций профессиональной деятельности; поиск вариантов решения проблемных ситуаций

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия
Стандартно оборудованный кабинет проектирования рекламного продукта
Видеопроектор с экраном,
Компьютер, телевизор.

6.2 Информационное обеспечение обучения Основная литература

1. Антипов, К. В. Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2021. – 326 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193> (дата обращения: 27.04.2023). – ISBN 978-5-394-04207-2. – Текст: электронный.
2. Информационные технологии в менеджменте: профессиональный блок: учебное пособие: [16+] / сост. А. В. Мухачева, О. И. Лузгарева, И. В. Донова; Кемеровский государственный университет. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2019. – 218 с.: ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573541> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8353-2343-2. – Текст: электронный.
3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва: Дашков и К°, 2021. – 346 с.: табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04250-8. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

4. Марусева, И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий): учебное пособие: [16+] / И. В. Марусева, А. В. Кокарева; под общ. ред. И. В. Марусевой. – Изд. 2-е, перераб. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 592 с.: ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9885-3. – Текст: электронный.
5. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент: учебное пособие: [16+] / Г. С. Цветкова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр.: с. 99-101. – ISBN 978-5-8158-1998-6. – Текст: электронный.

6. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 538 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499> (дата обращения: 27.04.2023). – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст: электронный.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН

№ п.п.	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/системы
Профессиональные базы данных		
1.	http://www.media-planning.ru	сайт, посвященный рекламе и медиапланированию
2.	http://rmh.ru	Исследовательский холдинг Romir
3.	https://www.adme.ru/	Интернет-портал о рекламе и творчестве Adme
4.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
5.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламная деятельность» обеспечена оценочными материалами для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценочные материалы включают в себя вопросы к экзамену, тестовые задания и практические задания по темам.

Промежуточная аттестация студентов очной формы обучения проводится по окончанию курса дисциплины в форме экзамена.

Текущий контроль результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий в форме тестирования, устного опроса, подготовки докладов, а также выполнения ситуационных задач.

Перечень вопросов к экзамену

1. Процесс управления. Цикл менеджмента. Миссия организации
2. Планирование как функция менеджмента
3. Организация как функция менеджмента
4. Координация деятельности в организации
5. Система методов управления
6. Контроль и регулирование
7. Мотивация в системе менеджмента
8. Управленческие решения
9. Конфликты в коллективе
10. Эффективность деятельности рабочей группы

11. Корпоративная культура организации
12. Разработка рекламного бюджета
13. Документы, содержащиеся в рекламном плане
14. Экономическая эффективность рекламы
15. Расчет бюджета размещения рекламы

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по выполнению лекционных занятий

Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на практическом занятии.

Методические указания по выполнению практических занятий

Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Решение расчетных заданий, решение задач по алгоритму и др.

Методические указания по выполнению заданий для самостоятельной работы

Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление докладов по прочитанным литературным источникам и др

Методические указания по выполнению докладов

Доклад: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы.

Доклад по теме - это изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной проблеме или вопросу.

Методические указания по подготовке к экзамену.

Наиболее ответственным этапом в обучении студентов является экзаменационная сессия. На ней студенты отчитываются о выполнении учебной программы, об уровне и объеме полученных знаний. Это государственная отчетность студентов за период обучения, за изучение учебной дисциплины.

Залогом успешной сдачи экзамена являются систематические, добросовестные занятия студента. Однако это не исключает необходимости специальной работы перед сессией и в период сдачи экзамена. Специфической задачей студента в период экзаменационной сессии являются повторение, обобщение и систематизация всего материала.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программного материала: данные учебника, записи лекций, конспекты прочитанных книг, заметки, сделанные во время консультаций или семинаров, и др.

Консультации, которые проводятся для обучающихся в период экзаменационной сессии, необходимо использовать для углубления знаний, для восполнения пробелов и для разрешения всех возникших трудностей.

При подготовке к экзамену необходимо еще раз проверить себя на предмет усвоения основных категорий и ключевых понятий курса.

9. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

Знать: 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.

Уметь: 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).

Деятельности (самостоятельно или с помощью наставника).																			
Тип задания	Инструкция	Пример задания																	
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между деятельностью и её результатом. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца																	
		<table><tr><th colspan="2">Деятельность</th><th colspan="2">Результат</th></tr><tr><td>А</td><td>Реклама</td><td>1</td><td>Общественное мнение</td></tr><tr><td>Б</td><td>Журналистика</td><td>2</td><td>Стимулирует спрос</td></tr><tr><td>В</td><td>PR</td><td>3</td><td>Формирует доверие к субъекту</td></tr></table>		Деятельность		Результат		А	Реклама	1	Общественное мнение	Б	Журналистика	2	Стимулирует спрос	В	PR	3	Формирует доверие к субъекту
		Деятельность		Результат															
		А	Реклама	1	Общественное мнение														
		Б	Журналистика	2	Стимулирует спрос														
В	PR	3	Формирует доверие к субъекту																
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:																			
<table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table>		А	Б	В															
А	Б	В																	
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	В каком порядке разрабатывается продукт с креативной теорией «разрыв»? Этапы: 1. Проверка нового стереотипа на корректность в других странах (при выходе на международный рынок); 2. Стереотип подвергается сомнению; 3. Поиск стереотипов об объекте реклам; 4. Новое видение (стереотип) .																	
		Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																	
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы.	Какой способ формирования рекламного бюджета является самым эффективным? Обоснуйте ответ. Варианты ответов: 1. Метод предыдущего года; 2. Метод затрат конкурентов;																	

предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Знать)	обосновывающие выбор ответа	3. Процент от оборота; 4. Метод целей и задач.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Что из комплекса маркетинга является наиболее важным на рынке B2C? (может быть несколько). Обоснуйте ответ. Варианты ответов: 1. Личные продажи; 2. PR; 3. Стимулирование сбыта; 4. Реклама.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Что НЕ допускается в юмористической рекламе? (может быть несколько). Обоснуйте ответ. Варианты ответов: 1. Шутить над потребителем; 2. Шутить над стереотипам; 3. Использовать пошлость в рекламе; 4. Использовать неожиданные повороты.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Что является НЕДОПУСТИМЫМ в рекламе? Выберите все правильные ответы. Обоснуйте выбор. Варианты ответов: 1. Сравнивать товар в рекламе с другими брендами; 2. Сравнивать товар с более ранними продуктами рекламируемого бренда; 3. Выдавать недостоверные или неточные данные о рекламируемом товаре; 4. Приводить проведенные исследования компетентными органами и структурами в рекламном продукте; 5. Использовать профессиональные термины, жаргоны в рекламном продукте для придания видимости научной обоснованности характеристик рекламируемого продукта; 6. Использовать в рекламах произведения литературного, изобразительного, музыкального и кинематографического искусства с сохранением авторского права правообладателя.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Почему эмоциональные стратегии называют проекционными?

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

Знать: 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.

Уметь: 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 средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между содержанием текста и его видом. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Ситуация		Характеристика	
		А	В тексте описывается социально-значимое событие	1	PR-текст
		Б	В тексте рассказывается о выходе нового товара, о его характеристиках, местах продаж, стоимости и возможных скидках	2	Рекламный текст
		В	В тексте рассказывается, что компания / бренд выиграла премию, где было признано, что её продукция отвечает качеству	3	Журналистский текст
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А		Б	В

Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность этапов рекламной кампании. Этапы: 1. Реализация; 2. Исследование; 3. Оценка эффективности РК; 4. Планирование. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Каким из атрибутивных признаков рекламы (согласно ФЗ) являются: товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в т.ч. спортивное соревнование, концерт, конкурс) на привлечение внимания к которым направлена реклама (ст. 3 Закона о рекламе)? Обоснуйте ответ. Варианты ответов: 1. Субъект рекламирования; 2. Аудитория; 3. Объект рекламирования; 4. Информация в рекламе.				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Укажите все основные принципы планирования рекламной кампании. (может быть несколько). Обоснуйте ответ. Варианты ответов: 1. Принцип системности; 2. Принцип спонтанности; 3. Принцип измеримости; 4. Принцип массовости.				
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	К качественным методам исследования мы относим... (может быть несколько) Варианты ответов: 1. Анкетирование; 2. Опрос; 3. Глубинное интервью; 4. Фокус-группа.				
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных элементов относятся к основным видам рекламной продукции? Выберите все правильные варианты ответа. Варианты ответов: 1. Пресс-релиз; 2. Рекламный баннер; 3. Брендированная сувенирная продукция;				

обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)		4. Коммерческое предложение.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте экономическое определение рекламы по Филиппу Котлеру.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

Знать: отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь: использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.

Практический опыт: определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.

Тип задания	Инструкция	Пример задания																				
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между этапами рекламной кампании и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца																				
		<table><tr><th colspan="2">Этап</th><th colspan="2">Характеристика</th></tr><tr><td>А</td><td>Этап исследования</td><td>1</td><td>Создание креативной идеи, разработка рекламных материалов</td></tr><tr><td>Б</td><td>Этап планирования</td><td>2</td><td>Анализ рынка, исследование целевой аудитории</td></tr><tr><td>В</td><td>Этап реализации</td><td>3</td><td>Корректировка и оценка эффективности</td></tr><tr><td>Г</td><td>Оценка эффективности</td><td>4</td><td>Техническая реализация рекламных материалов</td></tr></table>	Этап		Характеристика		А	Этап исследования	1	Создание креативной идеи, разработка рекламных материалов	Б	Этап планирования	2	Анализ рынка, исследование целевой аудитории	В	Этап реализации	3	Корректировка и оценка эффективности	Г	Оценка эффективности	4	Техническая реализация рекламных материалов
		Этап		Характеристика																		
		А	Этап исследования	1	Создание креативной идеи, разработка рекламных материалов																	
		Б	Этап планирования	2	Анализ рынка, исследование целевой аудитории																	
		В	Этап реализации	3	Корректировка и оценка эффективности																	
Г	Оценка эффективности	4	Техническая реализация рекламных материалов																			
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:																						
<table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				А	Б	В	Г															
А	Б	В	Г																			
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	В каком порядке разрабатывается продукт с креативной теорией RAM-проводника?																				

последовательности (Практический опыт)	последо- вательность	Этапы: 1. Проверка подсказки; 2. Создание подсказки; 3. Поиск отдалённой ассоциации; 4. Проверка ассоциации-проводника; 5. Создание первичного продукта; 6. Создание финального продукта; 7. Проверка первичного продукта; 8. Определение выгоды объекта рекламирования. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>								
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Главной характеристикой при сегментации ЦА является? Обоснуйте ответ. Варианты ответов: 1. Демография; 2. Экономическое состояние; 3. География; 4. Мотивация.								
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Что является «третьей оболочкой» товара – товаром с подкреплением? (может быть несколько) Обоснуйте ответ. Варианты ответов: 1. Выгода от покупки товара; 2. Кредитование в месте продажи; 3. Послепродажное обслуживание; 4. Сам по себе товар; 5. Упаковка товара.								
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите два верных утверждения о теории «разрыв» (insight gap) в рекламе товаров: Варианты ответов: 1. «Разрыв» укрепляет привычные стереотипы, чтобы аудитория чувствовала себя комфортно. 2. Суть «разрыва» — показать противоречие между «как есть» сейчас и «как может быть» с новым товаром. 3. Для сильного «разрыва» нужно максимально усложнить сообщение, добавив много деталей. 4. При выходе на новые рынки важно учитывать культурные особенности, чтобы «разрыв» был понятен аудитории.								
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите	Какие из перечисленных принципов являются основополагающими при разработке рекламной стратегии? Выберите все правильные варианты ответа. Варианты ответов:								

ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	аргументы, обосновывающие выбор ответов	1. Принцип целевой направленности рекламы; 2. Принцип максимальной стоимости рекламных материалов; 3. Принцип системного подхода к рекламе; 4. Принцип соответствия рекламы законодательным нормам.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Практический опыт)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите последовательность действий при выявлении и решении проблемы низкой эффективности рекламной кампании.

10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№ п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин		20.02.2024 г.
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		20.02.2024 г.
3	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		20.02.2024 г.
4	Учебно-методический отдел	Н.С. Ульянова		20.02.2024 г.
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		20.02.2024 г.