

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.05 Рекламная деятельность**

для специальности
42.02.01 Реклама

**Москва
2026**

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 просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. N 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22 августа 2023 г. № 74908)

Внутренняя экспертиза:
Заведующая УМУ Заметта Д.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.05 Рекламная деятельность

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.05 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 ОК 01, ОК 03,

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	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части	основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	методы работы в профессиональной и смежных сферах
	выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации	Приемы и методы современных рекламно- коммуникативных технологий
	использовать современное программное обеспечение	формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
	составление ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу рекламодателя	нормативные правовые документы о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; приемы и методы делового общения и ведения переговоров; основы психологии; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.
	консультирование клиентов компании, контроль исполнения рекламных кампаний	устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и

		другие), интернет, печатных изданий и т.д.
ОК 03	разбираться в финансовых институтах и финансовых продуктах, а также о способах получения информации об этих продуктах и институтах из различных источников; использовать полученную информацию в процессе принятия решений о сохранении и накоплении денежных средств, при оценке финансовых рисков, при сравнении преимуществ и недостатков различных финансовых услуг в процессе выбора;	основы бизнес-планирования, роль денег в современном мире и возможные денежные риски, основы построения семейного бюджета

Требования к формированию личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе, и современном мировом сообществе. Сознательное единство с народом России, с Российским государством, демонстрирующий ответственность за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать историческую правду о Российском государстве	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранными	ЛР 2
Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных,	ЛР 3

<p>социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней</p>	
<p>Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»</p>	ЛР 4
<p>Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России, к Российскому Отечеству. Проявляющий ценностное отношение к историческому и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права</p>	ЛР 5
<p>Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации</p>	ЛР 6
<p>Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения. Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей</p>	ЛР 7
<p>Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского</p>	ЛР 8

государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение	
Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных склонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде	ЛР 9
Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира, проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве. Выражающий ценностное отношение к технической и промышленной эстетике	ЛР 11
Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	ЛР 12

Учебная дисциплина должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 1-12 с учетом Программы воспитания обучающихся.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	104
Учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	72
в том числе:	
лекции, уроки	22
практические занятия	48
*консультации	2
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	20
**Промежуточная аттестация в форме экзамена	12

*Консультации для обучающихся предусмотрены из времени, отводимого на изучение дисциплины и из объема времени, выделенного на промежуточную аттестацию. Формы проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные). Распределение часов консультаций осуществляется с учетом номенклатуры дисциплин, междисциплинарных курсов, профессиональных модулей, выносимых на промежуточную аттестацию.

**Объем часов, предусмотренный на проведение промежуточной аттестации, включает часы на проведение экзаменов, консультаций, подготовку. Экзамены проводятся в период экзаменационных сессий, установленных графиком учебного процесса, в день, освобожденный от других видов занятий. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета проводится за счет часов, отведенных на освоение дисциплины.

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 и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	2	3	4
РАЗДЕЛ I. Рекламный менеджмент			
Тема 1.1. Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности.	Содержание <p>Основы теории услуг. Предпосылки возникновения сервисной деятельности. Противоречия сервисной деятельности. Виды сервисной деятельности.</p> <p>Способы классификаций рекламы по целевой аудитории, по функциям и целям, по охватываемой территории, по видам носителей и т.д. Прямая и косвенная реклама. Социальная реклама. Требования, предъявляемые к современной рекламе.</p> <p>Сущность рекламной деятельности. Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы.</p> <p>Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие Участники РД.</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое задание: Разработка организационно- правовой структуры и функционала для специализированного рекламного предприятия</p>		<p>ОК 01 ОК 03</p> <p>ОК 01 ОК 03</p> <p>ОК 01 ОК 03</p> <p>ОК 01</p> <p>ОК 01</p> <p>ОК 01 ОК 03</p>

	<p>Практическое задание: Примеры социальной рекламы</p> <p>Практическое задание : Разработка организационно- правовой структуры и функционала для универсального рекламного предприятия</p> <p>Семинар: «Структура медиа и рекламного рынка г. Москва»</p> <p>Семинар: Классификация рекламы по видам носителей</p>		<p>ОК 01</p> <p>ОК 01 ОК 03</p> <p>ОК 01 ОК 03</p>
<p>Тема 1.2. Организация рекламной деятельности рекламодателем</p>	<p>Содержание</p> <p>Рекламные отделы и их классификация. Организация рекламной деятельности мелкими и крупными рекламодателями</p> <p>Задачи и принципы функционирования основных подразделений отдела рекламы. Взаимодействие отдела рекламы с другими подразделениями организации.</p> <p>Организация работы крупными, средними и мелкими рекламодателями. Взаимодействие со средствами массовой информации.</p> <p>Теория организации обслуживания. Современные формы обслуживания. Процесс принятия решения потребителем.</p> <p>Команда проекта. Управление проектом. Документооборот рекламного подразделения</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое задание: Составление объявления о вакансии менеджера по рекламе с определением качеств претендента при различных подходах к сути менеджмента в рекламе</p> <p>Практическое задание: Составление схемы документооборота рекламного подразделения</p>		<p>ОК 01 ОК 03</p> <p>ОК 01 ОК 03</p> <p>ОК 01 ОК 01</p> <p>ОК 01</p> <p>ОК 01</p> <p>ОК 01</p> <p>ОК 01</p>

Раздел 2. Организация взаимодействия участников рекламной деятельности		
Тема 2.1. Взаимодействие участников рекламной деятельности	Содержание	
	Этапы взаимоотношений в системе «рекламодатель– РА» каналы поступления информации о РА. Параметры оценки рекламодателем РА	
Тема 2.2 Организация документооборота и его роль в рекламной деятельности	Технологическая цепочка разработки рекламы в РА. Формы и способы оплаты работы РА рекламодателем	
	Содержание	
	Этапы работы с клиентом и их документальное сопровождение. Производственная документация рекламной фирмы	
	Бриффы. Сценарии. Рекламные тексты, макеты.	
	Календарный график рекламной кампании. Утвержденный бюджет. Эфирная справка. Акт сдачи-приемки работ	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	
	Практическое задание: Разработка брифа	
	Практическое задание: Составление документального сопровождения работы с клиентом	
	Раздел 3. Правовое регулирование профессиональной деятельности	
	Тема 3.1. Договорные	Содержание
		Понятие договора и его виды. Правовое регулирование договорных

<p>отношения в хозяйственной деятельности предприятий (организаций)</p>	<p>отношений. Договор купли-продажи. Договор поставки. Договор подряда. Обязательные реквизиты и условия договора. Исполнение договорных обязательств. Ответственность за нарушение договора. Недействительность сделок.</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие: Составление и заполнение различных видов договоров.</p>		<p>ОК 01 ОК 03</p>
<p>Тема 3.2. Авторское право</p>	<p>Содержание</p> <p>Понятие авторского права в объективном и субъективном смысле. Принципы авторского права. Система источников авторского права и смежных прав. Понятие произведения. Признаки произведения. Объективная форма и воспроизводимость произведения. Регистрация произведения. Правовое значение отдельных элементов произведения. Общие положения о субъектах авторского права. Автор произведения. Правообладатель: автор, его наследники, иные физические или юридические лица. Соавторство. Иные субъекты авторского права.</p>		<p>ОК 01 ОК 03</p>
<p>Самостоятельная работа</p>		<p>20</p>	
<p>Промежуточная аттестация</p>		<p>12</p>	
<p>Всего:</p>		<p>104</p>	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебная аудитория (кабинет «Композиции, рисунка и живописи») для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов

Специализированная мебель:

учебная мебель (стул с пюпитром) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска; мольберты; натюрмортный фонд, включающий гипсовые модели головы, геометрических тел, драпировки.

Технические средства обучения:

компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, телевизор.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

Библиотека (читальный зал, помещение для самостоятельной работы обучающихся)

Специализированная мебель:

комплект учебной мебели, в т.ч. адаптивные парты для лиц с ОВЗ и инвалидов.

Технические средства обучения:

компьютеры в сборе; телевизор Sharp; беспроводная клавиатура CleVu с большими ярко окрашенными кнопками и разделителем для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; роллер, заменяющий компьютерную мышь, для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; видеоувеличитель электронный ручной, позволяющий читать слабовидящим людям плоскочечатный текст на мониторе (экране) с возможностью увеличения текста; портативный дисплей Брайля Focus 14 Blue, включающий точечную клавиатуру, возможность подключения к ПК; клавиатура со шрифтом Брайля; наушники; колонки.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (методический кабинет)

Специализированная мебель:

комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска.

Технические средства обучения:

компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.

Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

1. Основные печатные издания

1. Баландин А.С., Мишанин С.Н. Рекламное дело.- М.: ТВ, 2021.- 36 с.
2. Ромат, Е. В. Реклама / Е.В. Ромат. - М.: Питер, 2021. - 496 с.
3. Рувенный И.Я., Аввакумов А.А. Управление лояльностью потребителей. Учебное пособие. -М.: КноРус, 2022.- с. 166.6.
4. Колтунова, Ю. И. Реклама как комплекс маркетинговых коммуникаций / Ю. И. Колтунова // Социально-экономические и правовые основы развития экономики : коллективная монография. – Уфа : Общество с ограниченной ответственностью «ОМЕГА САЙНС», 2019. – С. 4-29.3. Голубев А.П.

2. Основные электронные издания

1. Зубков, С. А Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учебное пособие для спо / С. А. Зубков. — 1-е изд. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 152 с. — ISBN 978-5-8114-5975-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146913>
2. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений : учебное пособие для спо / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-507-44709-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/238658>
3. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947>

3. Дополнительные источники

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.
2. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров, 3-е изд., перераб./ Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т. Под ред. Абаева А.Л., Алексунина В.А. - М.: Дашков и К, 2021.- с.433

1. Антонец В. А., Бедный Б. И. Инновационный менеджмент. Учебник и практикум для СПО. — М.: Юрайт. 2018. 304 с.
2. Блинов А. О., Угрюмова Н. В. Менеджмент. Задания, тесты, кейсы. Учебное пособие. — М.: КноРус. 2020. 208 с.
3. Заздравных А. В., Казаков С. П., Коро Н. Р. Маркетинг-менеджмент. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2018. 380 с.
4. Адизес И. Управление в условиях кризиса: Как выжить и стать сильнее.- М.: Альпина Паблишер, 2021.- 158 с.
5. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров, 2-е изд., пересм.- М.: Дашков и К, 2021.- 346 с.
6. Ачкасова В.А. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2021. – 351 с.
7. <http://www.library.ru>
8. www.advi.ru
9. www.advertology.ru
10. www.advertka.ru
11. www.adme.ru
12. www.prosmi.ru
13. www.advertology.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
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 – методы работы в профессиональной и смежных сферах; – приемы и методы современных рекламно-коммуникативных технологий; – нормативные правовые документы о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; требования потенциальных	знание студентом: - характерных черт и механизмов действия современного рекламного предприятия; - особенности управления рекламной деятельностью; - структуры рекламного процесса; - основ деятельности участников рекламного рынка	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении и защите результатов практических занятий. Тестирование. Промежуточная аттестация - экзамен.

<p>покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; приемы и методы делового общения и ведения переговоров; основы психологии; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.</p> <p>– устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернеат, печатных изданий и т.д.</p>		
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации; - определять задачи для поиска информации; - составлять ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу рекламодателя. 	<p>Студент умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -применять методы рекламного менеджмента; - различать рекламу как процесс и как продукт; - планировать рекламную кампанию; - оценивать эффективность рекламы; - контролировать рекламную деятельность; - разрабатывать схемы рекламной деятельности 	<p>наблюдение и оценка при выполнении устной и письменной работы, экзамен;</p> <p>наблюдение и оценка при выполнении практической работы, экзамен</p> <p>-аудиторная работа: составление плана-конспекта;</p> <p>аудиторная работа с лексикой и текстами;</p> <p>- изложение изученной информации, пересказ текста;</p>