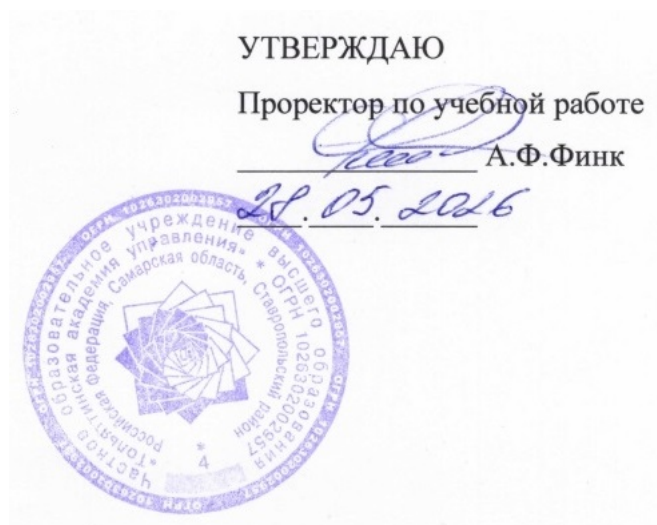


Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Финк Анастасия Федоровна
 Должность: Проректор по учебной работе
 Дата подписания: 10.06.2026 11:44:09
 Уникальный программный ключ:
 2431bd5130e74d20a9fc74baab365dd497e3afa3

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

кафедра связей с общественностью



Б1.О.02

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебная дисциплина	Введение в рекламу
По направлению подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль (программа бакалавриата)	«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»
Форма обучения	Очная

Программа дисциплины рассмотрена (актуализирована) и утверждена на заседании кафедры связей с общественностью

Протокол заседания № 10 от «15» мая 2026 г

. Заведующий кафедрой Шнякина Юлия Равильевна

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Рабочая программа дисциплины «Введение в рекламу» составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования –бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 №512 (с изменениями и дополнениями) и учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях».

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕТ / 72 академических часа, в том числе: 28 часов контактной работы и 44 часа самостоятельной работы обучающихся.

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Вид учебной работы		Количество часов							
		Всего по учебному плану	Семестры						
			1	2	3	4	5	6	7 8
Контактная работа (всего):		28		28					
в том числе:									
Лекции		12		12					
Практические занятия		16		16					
Контроль самостоятельной работы (КСР)									
Самостоятельная работа (всего):		8		8					
Виды промежуточной аттестации		экзамен		36					
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	72	72		72					
	2	2		2					

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины заключается в том, чтобы сформировать у студентов базовые знания и понимание, необходимые для уверенной навигации в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью в течение всего периода обучения.

Главное назначение курса — развитие интереса к профессии, формирование целостного представления о современном состоянии отрасли, применяемых технологиях, особенностях организационных структур, основных направлениях и масштабах работы, а также о влиянии новых средств массовой информации на современную рекламную практику..

Задачи дисциплины:

- освоить ключевые понятия, сущность и задачи рекламы, основные методологические положения и предмет курса;
- познакомиться с междисциплинарными связями данной области;
- изучить основные инструменты маркетинговых коммуникаций;
- рассмотреть классификацию рекламных средств и способы их использования;

- получить базовые знания по созданию рекламных объявлений и текстов;
- освоить организацию рекламы в магазинах, на оптовых и производственных предприятиях, основы проведения публичных рилейшнз, а также познакомиться с организационными и управленческими аспектами ведения рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Учебная дисциплина «Введение в рекламу» относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули). Изучение данной дисциплины базируется на материале, изученном в рамках дисциплин «Введение в профессиональную деятельность», «Менеджмент».

Знания, умения и навыки, приобретённые в результате изучения данной дисциплины, будут востребованы при изучении дисциплин «Теория и практика рекламы», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Медиапланирование», а также при написании выпускной квалификационной работы.

Также прохождение обучающимися данной дисциплины поможет им в дальнейшей профессиональной деятельности.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) устанавливаются в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки и профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований работодателей, предъявляемых к выпускникам. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки) обеспечивают достижение результатов освоения образовательной программы.

Шифр и название компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.2 - Выстраивает траекторию саморазвития на основе личных приоритетов и принципов образования в течение всей жизни, с фиксированием и отслеживанием в цифровой среде результатов собственной деятельности	Знать: ~ современные технологии обучения ~ модель современного высшего образования; Уметь: ~ выстраивать индивидуальную образовательную траекторию; ~ применять технологии современного образования для саморазвития. Владеть: - навыками выстраивания личных приоритетов в командной работе; - навыками схематизации индивидуальной образовательной траектории.

5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Семестр изучения: 2

Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежуто чная аттестация в часах	Формы текущего контроля	Формируем ые компетенци и
	Аудиторные занятия (в часах)			Самостоятельная работа				
	всего		КСР	в часах	формы организации самостоятельной работы			
	лекций	практически х						
Тема 1. История развития рекламы	4	-	-	2	Повторение пройденного материала	-	Устный опрос	УК-6.2
Тема 2. Рекламные технологии	4	8	-	2	Повторение пройденного материала, подготовка доклада к семинару- дискуссии, подготовка к практическим работам	-	Выступление с докладом на семинаре- дискуссии, выполнение практических работ	УК-6.2
Тема 3. Правовое регулирование рекламы	4	8	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе	-	Устный опрос, проверка практической работы	УК-6.2
Форма промежуточной аттестации экзамен (36)	-	-	-	-	Подготовка к промежуточной аттестации	-	-	-
Всего	12	16		8				
	72							

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. История развития рекламы

Понятие рекламы в бизнесе и обществе. Понятие рекламы. Реклама как процесс коммуникации. Реклама в системе маркетинга. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Классификация видов рекламы. Истоки рекламной деятельности. Реклама в античном мире. Реклама в средние века. Реклама Ренессанса и эпохи Просвещения. Реклама в период развития индустриального производства и капиталистической экономики (западная Европа и США). Развитие рекламы в России.

Тема 2. Рекламные технологии

Реклама как социокультурная технология. Основные социально -технологические модули рекламы: сегментирование, позиционирование, имиджирование, продакшн, размещение. Роль социологических и прочих исследований рекламных аудиторий. Имиджирование. Стереотип. Имидж. Продакшн и размещение. Медиапланирование. Брендинг. Бренд и торговая марка. Стоимость бренда. Основные признаки классификации рекламных средств. Основные элементы средств рекламы и требования, предъявляемые к ним. Выбор рекламных средств. Новые медиа: осмысление понятия, влияние на общество и человека. Интернет-среда. Интернет статистика Рунета.

Тема 3. Правовое регулирование рекламы

Государственное регулирование рекламной деятельности в России: документы, определяющие основные положения и правила рекламной деятельности и государственные организации, контролирующие исполнение принятых документов. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров (услуг). Обязательные требования к рекламе, регламентируемые федеральным законом. Специфичные требования к рекламе отдельных товаров. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Реклама и общество: рекламная этика, этические критерии.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную работу в виде повторения пройденного материала по всем темам, подготовки к устному опросу и докладов к семинарам-дискуссиям, подготовки к практическим работам и к промежуточной аттестации.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тема занятия	Вид образовательной технологии	Форма проведения занятия
Тема 1. История развития рекламы	Традиционная технология, активные и интерактивные методы	Лекция, дискуссия, разбор конкретных ситуаций
Тема 2. Рекламные технологии	Традиционная технология, активные и интерактивные методы	Лекция Практическая работа Семинар-дискуссия
Тема 3. Правовое регулирование рекламы	Интерактивная технология	Деловая игра

9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Формы контроля по дисциплине

Текущий контроль. В процессе изучения учебной дисциплины обучающиеся выполняют практические работы, участвуют в деловых играх, выступают с докладами на семинарах-дискуссиях, участвуют в устных опросах. Результаты выполнения заданий являются основанием для выставления оценок текущего контроля по данной учебной дисциплине. Выполнение всех заданий является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все задания, не допускаются к сдаче экзамена по данной учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация. Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины учебным планом предусмотрен экзамен, который проводится в форме тестирования и ответа на теоретический вопрос. Оценка сформированности практических умений и навыков осуществляется по результатам текущего контроля, которые учитываются при выставлении зачета.

9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине представлены в фондах оценочных средств.

Промежуточная аттестация

Список вопросов для подготовки к экзамену:

1. История развития рекламы в России и за рубежом.
2. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы как профессии и отрасли бизнеса.
3. Основные подходы к определению сущности рекламной деятельности.
4. Основные функции рекламы.
5. Правовое регулирование рекламной деятельности в России.
6. Классификация рекламы.
7. Критерии подбора рекламного носителя.
8. Традиционные и нетрадиционные носители рекламы.
9. Некоммерческая реклама: определение, цели, задачи и виды.
10. Основные черты рекламы как формы коммуникации.
11. Схема рекламной коммуникации: цели и задачи рекламной коммуникации.
12. Субъекты рекламной деятельности и принципы их взаимодействия.
13. Специфика изучения психологии рекламной деятельности.
14. Стадии восприятия и понимания рекламы потребителем.
15. Модели рекламного воздействия: AIDA, AIDMA.

16. Модели рекламного воздействия: ACCA и DIBABA.
17. Модели рекламного воздействия: DAGMAR, модель «Одобрение».
18. Рекламное обращение (информативное, увещательное, напоминающее, подкрепляющее).
19. Структура рекламного обращения.
20. Принципы и подходы к разработке рекламного обращения.
21. Стилиевые варианты рекламного обращения.
22. Функции изображения в рекламном сообщении.
23. Семиотический анализ рекламного сообщения.
24. Сегментация целевой аудитории рекламы.
25. Рекламные стратегии: типология и структурные элементы их разработки.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

10. РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Для проведения занятий лекционного типа по данной дисциплине используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

Для проведения занятий семинарского типа (практических занятий) по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук).

10.1 Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
----------	--------------	-------------

1	Microsoft Windows	Лицензионное соглашение Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions №V8265046 Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020. Срок действия договора - бессрочный
2	Microsoft Office	
3	Microsoft Office Visio	
4	СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства	ЛД ООО "Консультант" дог. № 251 от 01.01.2024 с с ДС № 5, 6. Срок действия договора - бессрочный
5	Антивирус Касперского 10 для Windows Workstations (Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 2 year Educational Renewal License)	Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» №Tr000947217 от 04.12.2025 срок действия 10.02.2026 - 11.02.2028. Тип лицензии - проприетарная

10.2. Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства в свободном доступе в интернет;
2. 7-Zip – архиватор;
3. Google Chrome - бесплатный веб-браузер;
4. Сервисы Google – облачные сервисы.

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

11. ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип	Количество в библиотеке
1.	Баженов, Ю. К. Основы рекламы : учеб. пособие / Ю. К. Баженов, Л. П. Дашков. - Москва : Дашков и К, 2024. - 101 с. - ISBN 978-5-394-05842-4. - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?pid=2161329	учебное пособие	ЭБС
2.	Шестаков, Ю. А. История рекламы : учебное пособие / Ю. А. Шестаков. - Москва : Инфра-М, 2026. - 258 с. - ISBN 978-5-16-113970-7 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=476862	учебное пособие	ЭБС

11.2 Дополнительная литература

1. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы : учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. - 5-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 449 с. - ISBN 978-5-394-05234-7. - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431519>
2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 19-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 538 с. - ISBN 978-5-394-05172-2. - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431703>

Периодические издания:

1. Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - УБД ИВИС. - URL: <https://eivis.ru/browse/publication/18786>.
2. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика : научный журнал. – УБД ИВИС. – URL: <https://eivis.ru/browse/publication/9346>

11.3. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные библиотечные системы:

1. Znanium: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.ru>.
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека. – URL: <https://elibrary.ru/>.
3. Цифровая библиотека IPRsmart. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.
4. Консультант плюс: справочно-правовая система. – URL: T:\consultantplus\cons.exe.
5. УБД ИВИС. – URL : <https://eivis.ru/basic/details>.
6. Электронная библиотека TAY. – URL: <http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp>.

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО

ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение обучающимся дисциплины предполагает посещение лекций и практических занятий, выполнение практических работ, подготовка докладов к семинарам-дискуссиям и участие в деловых играх. При подготовке к лекции и для выполнения самостоятельной работы обучающемуся необходимо прочитать материал предыдущей лекции, стремясь к пониманию всех понятий и утверждений. По дисциплине проводятся следующие виды лекций: лекция-презентация – лекция информационного характера, предполагающая объяснения преподавателя с иллюстративным изложением материала.

При работе над докладом к семинару-дискуссии обучающемуся следует самостоятельно проводить анализ поставленного вопроса с использованием аналитического инструментария, изучать дополнительную литературу.

Освоение дисциплины предполагает выполнение практических заданий во время контактной работы с преподавателем либо в часы самостоятельной работы. Все практические задания дисциплины базируются на использовании материалов, предоставляемых преподавателями во время занятий и размещенных в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Выполненные практические работы сдаются на проверку преподавателю одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной работы по почте обучающемуся следует обеспечить личную идентификацию. Как правило, в теме или тексте письма указывается курс, ФИО обучающегося, дисциплина, тема, по которой выполнена работы. Результаты проверки выполненных работ доводятся до сведения обучающегося во-время аудиторных занятий, в часы КСР, размещаются в электронной информационно-образовательной среде.

Выполнение практических работ, участие в семинарах-дискуссиях, деловых играх, устных опросах являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении зачета.

Для закрепления приобретенных знаний, умений и навыков, для развития способностей к самообучению в дисциплине предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется заранее ознакомиться с перечнем заданий и графиком ее выполнения. Подготовка к лекциям и практическим занятиям с последующим участием в устном опросе предполагает: систематическое чтение конспектов лекций, учебников и источников дополнительной

литературы; аналитическую обработку, составление схем для систематизации изученного материала.

Для выполнения практических заданий самостоятельной работы по данной дисциплине в домашних условиях (за пределами Академии) обучающемуся необходим персональный компьютер (планшет) и программный пакет Microsoft Office не ниже 10 версии. Самостоятельная работа сопровождается методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной работы. Преподаватель во время аудиторных занятий заранее обсуждает с обучающимися задание самостоятельной работы и порядок ее сдачи. Консультации по выполнению самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок, защита отдельных видов самостоятельных работ осуществляется во время КСР на кафедре связей с общественностью или в аудитории по расписанию. Консультации преподавателя по выполнению самостоятельной работы могут осуществляться посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom, сети) коммуникационного взаимодействия по предварительной договоренности с преподавателем. Выполняемые самостоятельные работы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении зачета.

Формой промежуточного контроля выступает экзамен, который выставляется по результатам тестирования и устного ответа на теоретический вопрос с учетом результатов текущего контроля. Критерии выставления оценки озвучиваются преподавателем на первых занятиях по дисциплине.

13. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Разработчик:

Шнякина Ю.Р., к.э.н., доцент



(подпись)

Заведующий кафедрой:

Шнякина Ю.Р., к.э.н., доцент



(подпись)

Заведующий выпускающей кафедры:

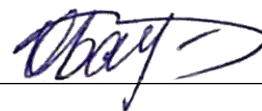
Шнякина Ю.Р., к.э.н., доцент



(подпись)

Директор БИК

Балакина О.В.



(подпись)

Начальник ООУП

Фирсова С.В.



(подпись)