



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная  
организация «Многопрофильная Академия непрерывного образования»  
АНПОО «МАНО»  
Колледж

ПРИНЯТО

Решением Педагогического совета

АНПОО «МАНО»

Протокол № 01-01/12-01

от 24.06.2025 г.



УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_  
директор АНПОО «МАНО»

В.И. Гам

24 июня 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Форматы предъявления результатов стратегического и тактического  
планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и  
мероприятий**

по программе профессионального обучения  
12565 Исполнитель художественно-оформительских работ

Заочная форма обучения

Омск, 2025

Программа **«Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»** разработана на основании Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 26 августа 2020 года № 438 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения», Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 14 июля 2023 г. № 534 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение», Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ, на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552.

Организация-разработчик: АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчик:

Кичук Евгения Андреевна, преподаватель

Бугаев Анатолий Петрович, преподаватель

## **СОДЕРЖАНИЕ**

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>5</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>9</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>
<b>5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ</b>	<b>15</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

### 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» и соответствующие ему общие компетенции, и профессиональные компетенции:

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
<b>ОК 01.</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
<b>ОК 02.</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
<b>ОК 03.</b>	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
<b>ОК 04.</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
<b>ОК 05.</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
<b>ОК 07.</b>	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
<b>ОК 09.</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

#### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 2</b>	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
<b>ПК 2.1.</b>	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
<b>ПК 2.2.</b>	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

#### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	– Планирования системы маркетинговых коммуникаций – Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
Уметь	– определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;</li> <li>– пользоваться профессиональным глоссарием.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- систему маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;</li> <li>- виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию;</li> <li>- способы и приемы коммуникации с заказчиком в процессе брифования;</li> <li>- систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;</li> <li>- логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии;</li> <li>- логику и структуру медиаплана;</li> <li>- методы и способы поиска рекламной идеи;</li> <li>- методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;</li> <li>- профессиональный глоссарий.</li> </ul>

## 2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
<b>Объем образовательной программы дисциплины</b>	<b>124</b>
в т. ч.:	
теоретическое обучение	4
практические занятия	4
Самостоятельная работа обучающегося	114
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>2</b>

## 2.2. Тематический план и содержание

Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	<b>Содержание</b>	
	<b>Лекция. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве</b> Стратегический/креативный бриф Коммуникационная стратегия и ее виды. Активационный план коммуникационной стратегии	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Аналитика рынка и трендов	4
Тема 2.2. Общая структура рекламных агентств	<b>Лекция.</b> Состав и структура рекламного агентства. Понятие и классификация рекламных агентств. Эффективное рекламное агентство.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Отделы, департаменты, взаимосвязи, структура внутреннего подчинения. Услуги рекламных агентств. Функционально-структурная организация рекламного агентства	4
Тема 2.3. Экономика рекламных агентств	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Структура доходов и расходов (P&L) РА. Источники доходов и расходов по видам деятельности. Определение P&L отчета. Пример формы отчета P&L Statement (отчета о прибылях и убытках). Управленческий учет среднестатистического агентства в формате двух отчетов — отчете о прибылях и убытках (Profit and Loss Statement или P&L) и отчете о движении денежных средств (Cash Flow Statement или CF).	14
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Монетизация основных сервисов. Рентабельность проектов. Монетизация проекта (Модель продаж, подписка, Freemium, лидогенерация, транзакционная модель, рекламная модель, модель лицензирования. Расчет рентабельности и окупаемости проекта. Российские и зарубежные проекты.	12

Тема 2.4. Система клиент-сервиса в рекламных агентствах. Развитие бизнеса рекламных агентств	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Управление процессов обслуживание клиентов. Задачи, методология, последовательность. Теоретические основы управления процессом обслуживания покупателей. Системы оказания услуги по степени контакта потребителей в процессе обслуживания. Влияние длительности контакта потребителя на проектирование системы оказания услуги. Процесс обслуживания на рекламных агентствах сферы услуг, требования к обслуживающему персоналу.	12
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Привлечение и завоевание новых клиентов. Стратегии «завоевания» клиента в рекламном агентстве. Модели привлечения клиентов – основное условие успешности рекламного агентства. Поиск и привлечение новых клиентов. Основные каналы привлечения клиентов.	10
	<b>Практическое занятие. Привлечение клиентов.</b> Методы и способы привлечения клиентов на практике. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Технологии активных продаж услуг рекламных агентств. Основные особенности и принципы продажи рекламных услуг. Сложность продаж рекламных услуг. Маркетинговая философия, брендинг и продажа рекламы в России. Алгоритм продаж рекламных услуг. «Преднастройка» на звонок. Особенности ведения телефонных переговоров. Встреча с клиентом. Подготовка к встрече. Особенности проведения встречи.	10
Тема 2.5. Менеджмент ATL и BTL - проектов в рекламных агентствах	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Технологии и процессы реализации проектов в сфере телевизионного производства, печатной рекламы, медиа-размещения в СМИ. Технология и планирование печатного производства рекламы в коммерческом секторе. Процесс рекламной деятельности. Реклама в печатных СМИ. Теоретические аспекты рекламы и ее размещения в СМИ. Медиапланирование для печатных СМИ. Роль технологий в развитии СМИ.	14

	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Технологии и процессы реализации проектов в сфере промоушн, стимулирования сбыта, эвент-маркетинга. BTL. Классификация услуг. Прямой маркетинг (Direct Marketing) Стимулирование сбыта (Sales Promotion). Задачи стимулирования сбыта. Средства стимулирования сбыта. Программа стимулирования сбыта. Событийный маркетинг (Event Marketing). Роль event-маркетинга в рекламном агентстве.	12
Тема 2.6. Составление плана-графика и бюджета рекламной компании	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Тактика рекламных обращений. Содержание план-графика использования рекламных средств. Разработка рекламного бюджета.	12
Тема 2.7. Эффективность рекламной компании	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Этапы оценки эффективности рекламы. Экономическая эффективность рекламной деятельности. Коммуникационная эффективность рекламной деятельности. Методы определения эффективности рекламных средств.	10
Тема 2.8. Презентация продуктов работы	<b>Практическое занятие. Разработка плана рекламного агентства.</b> Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия Предъявление продуктов стратега в формате презентации	2
<b>Промежуточная аттестация</b>		2
<b>Всего</b>		<b>124</b>



### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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

##### **3.2.1. Основные печатные издания**

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513928>

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512109>.

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;

2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)

4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

**Периодические издания:**

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

#### Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: [www.a-z.ru/assoc/osr/](http://www.a-z.ru/assoc/osr/)
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке [adindex.ru](http://adindex.ru);
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы [www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru);
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы [www.bigadvenc.ru](http://www.bigadvenc.ru)
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru": [www.advertology.ru/](http://www.advertology.ru/)
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- владение разными способами представления информации;</li> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 03</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования;</li> <li>- осознанное планирование повышения квалификации</li> </ul>	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 04</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических</p>

	<p>работы в соответствии с заданной задачей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</li> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе</li> </ul>	<p>(проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 05</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</li> <li>- соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 07</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;</li> <li>- определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- соблюдение правил экологической безопасности при ведении</li> </ul>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> </ul>

	профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	- экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
<b>ОК 09</b>	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
<b>ПК 2.1</b>	- адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
<b>ПК 2.2</b>	- качество анализа рынка и целевой аудитории;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- четкость и структурированность презентации;</li> <li>- соответствие планов установленным форматам;</li> <li>- убедительность аргументации;</li> <li>- понимание стратегической направленности.</li> </ul>	<p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
--	--	--

## 5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением	
<b>БЫЛО</b>	<b>СТАЛО</b>
Основание:          Подпись лица внесшего изменения	