

Компонент ОПОП 42.03.02 Журналистика

наименование ОПОП

Б1.В.ДВ.03.02

шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**Дисциплины
(модуля)**

Рекламные агентства

Разработчик (и):

Иванищева О.Н.,
профессор кафедры ФМКиЖ
д.филол.н., профессор

Утверждено на заседании кафедры
филологии, межкультурной коммуникации
и журналистики
протокол № 5 от 05.02.2026 г.

Заведующий кафедрой



подпись

Саватеева О. В.
ФИО

**Мурманск
2026**

Пояснительная записка

Объем дисциплины 3 з.е.

- 1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой**

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1УК-4 Использует различные формы, виды устной и письменной деловой коммуникации на государственном языке Российской Федерации ИД-2 УК-4 Осуществляет коммуникацию, основываясь на системе норм изучаемого иностранного языка, используя коммуникативно приемлемый стиль в соответствии с целью и ситуацией общения ИД-3 УК-4 Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный	Знать: особенности региональных рекламных агентств, современное состояние рекламных агентств Мурманской области; Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах; Владеть: навыками организационно-проектной рекламной деятельности
ПК-1 Способен отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность	ИД 1 <i>ПК-1.1.</i> Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ИД 2 <i>ПК-1.2.</i> Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики	Знать: особенности региональных рекламных агентств, современное состояние рекламных агентств Мурманской области; Уметь: отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность; Владеть: навыками организационно-проектной рекламной деятельности

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Региональный рынок рекламы России и функции рекламных агентств

Виды рекламных агентств. Специалисты в составе рекламных агентств. Функциональные задачи рекламного агентства.

Тема 2. Рынок рекламы Мурманской области

Современное состояние рынка рекламы Мурманской области. Проблемы регионального рынка рекламы.

Тема 3. Рекламные агентства Мурманской области

Особенности деятельности рекламных агентств в условиях приграничного северного региона. Пути оптимизации развития и совершенствования региональной рекламной политики.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практических работ представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

Основная литература:

1. Реклама в медиапространстве Мурманской области : сб. статей / [науч. ред. О. Н. Иванищева, Т. А. Короткова] ; Федер. агентство по образованию, Мурман. гос. пед. ун-т. - Мурманск : МГПУ, 2009. - 113 с. : ил. - ISBN 978-5-88476-987-8 .
2. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>

Дополнительная литература:

3. Анашкина, Н.А. Рекламный образ : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Анашкина Н. А. ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 175 с. : ил. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01914-7 [Гриф]
4. Докторов, Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов / Б.З. Докторов. - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 620 с. - ISBN 978-5-4458-2863-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210885>

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Издательство Лань» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Издательство Лань». – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>;
2. ЭБС «Электронная библиотечная система ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Режим

доступа: <https://biblio-online.ru/>;

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]: электронно-периодическое издание; программный комплекс для организации онлайн-доступа к лицензионным материалам / ООО «НексМедиа». – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>.

4. Образовательный портал «Образование на русском» института русского языка имени А.С. Пушкина URL: <https://pushkininstitute.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

- 1) MS Office;
- 2) Windows 7 Professional;
- 3) 7Zip;
- 4) Adobe Reader;
- 5) Mozilla FireFox;
- 6) LibreOffice.org

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 - Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения	
	заочная	
	Курс/сессия	Всего часов
	2/зимняя	
Лекции	2	2
Практические занятия	4	4
Самостоятельная работа	98	98
Подготовка к промежуточной аттестации	4	4
Всего часов по дисциплине	4	4

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Зачёт	+	+
-------	---	---

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п\п	Темы практических занятий
1	2
	заочная форма
1	Региональный рынок рекламы России и функции рекламных агентств
2	Рынок рекламы Мурманской области
3	Рекламные агентства Мурманской области