

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

---

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

---

**Б1.В.ДВ.13.05 Out-of-home реклама**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки:**

---

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

---

**Связи с общественностью**

(наименование (специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.13.05 «Out-of-home реклама» является изучение студентами актуальных тем наружной и транзитной рекламы, включая вопросы классификации, производства, оценки эффективности, регламентации

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

1. изучение теоретических основ разработки и производства наружной и транзитной рекламы;
2. анализ стратегических и тактических действий, связанных с разработкой и производством наружной и транзитной рекламы;
3. рассмотрение роли и функций основных участников разработки и производства наружной и транзитной рекламы;
4. знакомство с последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами разработки и производства наружной и транзитной рекламы.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.13.05 «Out-of-home реклама» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-12	Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.	УК-12.1. Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;
		УК-12.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.13.05 «Out-of-home реклама» относится к дисциплинам (модулям) по выбору 14 (ДВ.14).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.13.05 «Out-of-home реклама».

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.13.05 «Out-of-home реклама» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-12	Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.	Основы дизайна, Информационные технологии в рекламе и PR	Преддипломная практика

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.13.05 «Out-of-home реклама» составляет 3 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр						
		1	2	3	4	5	6	7
Контактная работа, ак.ч.	34							34
Лекции (ЛК)	17							17
Лабораторные работы (ЛР)	-							-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17							17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	56							56
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	18							18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	<b>108</b>						
	зач.ед.	<b>3</b>						

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		5	6	...	9
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34				34
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17				17
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17				17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	85				85
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	25				25
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>144</b>			<b>144</b>
	зач.ед.	<b>4</b>			<b>4</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы
Раздел 1. НАРУЖНАЯ И ТРАНЗИТНАЯ РЕКЛАМА: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ	Тема 1.1. Наружная реклама: состояние и перспективы.	ЛК, СЗ
	Тема 1.2. Транзитная реклама: анализ рынка, мировой опыт.	ЛК, СЗ
	Тема 1.3. Наружная и транзитная реклама в регионах России.	ЛК, СЗ
Раздел 2. ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА НАРУЖНОЙ И ТРАНЗИТНОЙ РЕКЛАМЫ	Тема 2.1. Широкоформатная печать для наружной и транзитной рекламы.	ЛК, СЗ
	Тема 2.2. Регламентации рекламной деятельности в области наружной рекламы	ЛК, СЗ

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры

	шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Лунева Е.А. Цифровой маркетинг: учебное пособие : [16+] / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2021. – 165 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612079>

2. Катаев А.В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 163 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669>

3. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507>

### *Дополнительная литература:*

1. Вертайм Кент, Фенвик Ян. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. М.: Альпина Паблшер, Юрайт. 2010 г.

2. Далворт М. Социальные сети. Руководство по эксплуатации. М. Добрая книга, 2010

3. Кокрум Джим. Интернет-маркетинг. Лучшие бесплатные инструменты Манн, Иванов и Фербер 2013 г.

4. Шмидт Эрик, Козн Джаред. Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2013 г.

### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

1. Курс лекций по дисциплине Б1.В.ДВ.13.05 «Out-of-home реклама»

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.13.05 «Out-of-home реклама» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

<https://esystem.rudn.ru/mod/resource/view.php?id=739204>

### РАЗРАБОТЧИКИ:

**Заведующая кафедрой  
рекламы и бизнес-  
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

**Трубникова Н.В.**

Фамилия И.О.

### РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Заведующая кафедрой  
рекламы и бизнес-  
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

**Трубникова Н.В.**

Фамилия И.О.