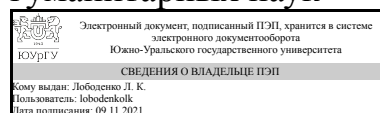


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт медиа и социально-
гуманитарных наук



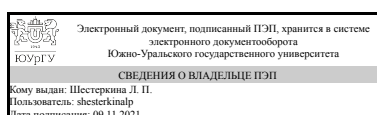
Л. К. Лободенко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.29 Технологии рекламы и связей с общественностью
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

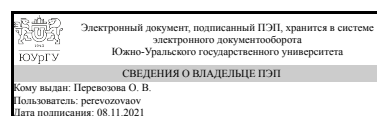
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

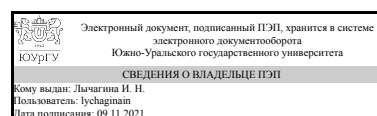
Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент (кн)



О. В. Перезовова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления
к.пед.н., доц.



И. Н. Лычагина

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - сформировать у студентов понимание технологии создания и производства рекламного продукта, а также навык учета специфики канала его распространения. Задачи: 1. Изучить специфику российского и зарубежного рынка рекламы, выявить его современные тенденции и специфику. 2. Освоить средства создания рекламного продукта. 3. Изучить основные творческие подходы к созданию рекламного продукта. 4. Определить особенности производства телевизионной, радио-, наружной и др. видов рекламы. 5. Овладеть технологиями производства рекламного продукта.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью» предназначена для формирования у студентов представлений о стратегиях создания рекламного продукта и навыков разработки нового рекламного продукта и способах его технологического производства.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Знает: "Основные методы продвижения рекламного продукта (услуги), приемы создания рекламного образа, законы работы с рекламным текстом и изображением, методы работы с основными каналами продвижения рекламного продукта. Знает основные технологии создания печатной, теле- и радиорекламы, наружной рекламы и сувенирной продукции. " Умеет: Создавать креативный продукт, разрабатывать концепцию продвижения, применять основные технологические требования к носителям и каналам продвижения рекламного продукта. Имеет практический опыт: Создания печатной продукции, наружной рекламы и сувенирной продукции. Разработки макетов для дальнейшего технологического создания сувенирной продукции, календарной продукции, печатной продукции (листовка, флаер, буклет)

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.17 Информатика, 1.О.25 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, ФД.01 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта, ФД.02 Продвижение медиапродукта в	1.О.33 Медиапланирование

социальных сетях	
------------------	--

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
ФД.01 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта	Знает: особенности функционирования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий Умеет: создавать рекламные и коммуникационные материалы с применением современных информационно-коммуникационных технологий Имеет практический опыт: использования современных цифровых устройств на всех этапах создания рекламного и коммуникационного материала и (или) продукта
1.О.25 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Знает: Принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности, "Виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМК и СМИ, информационно-коммуникационные технологии в сфере массовой коммуникации, законы и этические стандарты регулирования взаимоотношений СМИ и общества, требования к информационной безопасности; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований;" Умеет: Осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии, Выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации; Имеет практический опыт: Применения навыков поведения, соответствующего социальной ответственности, типовым эффектам и последствий профессиональной деятельности, Использования методов информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач
ФД.02 Продвижение медиапродукта в социальных сетях	Знает: основные приемы работы с социальными сетями, технологии продвижения медиапродукта в социальных сетях Умеет: разрабатывать стратегию продвижения медиапродукта в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания Имеет практический опыт: проектирования и создания медиапродукта, анализа и мониторинга социальных сетей, использования

	информационно-коммуникационных технологий продвижения медиапродукта
1.О.17 Информатика	<p>Знает: Основные информационно-коммуникационные технологии, современные компьютерные технологии, аппаратное и программное обеспечение., Понятие и основные свойства информации, методы поиска, получения, обработки, анализа и синтеза информации. Умеет: Выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения практических задач профессиональной деятельности, выбирать методы, соответствующие целям и задачам исследования, использовать современные информационные технологии и технические средства., Осуществлять поиск необходимой информации, анализировать полученную информацию и принимать решения на основе полученной информации. Применять системный подход для решения поставленных задач профессиональной деятельности. Имеет практический опыт: Работы с компьютером как средством управления информацией, навыками практического использования современных информационно-коммуникационных технологий, навыками работы с современными техническими средствами., Поиска, обработки, анализа, синтеза информации при решении задач профессиональной деятельности. Применения системного подхода для решения поставленных задач.</p>

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 з.е., 324 ч., 56,75 ч.
контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		6	7
Общая трудоёмкость дисциплины	324	144	180
<i>Аудиторные занятия:</i>	36	16	20
Лекции (Л)	8	4	4
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	28	12	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	267,25	119,75	147,5
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
Разработка творческой концепции: анализ аналогов, детальная разработка макетов, подготовка презентации и защиты проекта	119,75	119.75	0
Доработка и наполнение макетов фирменной рекламно-	147,5	0	147.5

полиграфической продукции			
Консультации и промежуточная аттестация	20,75	8,25	12,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Творческая технология создания продукта	16	4	12	0
2	Производственные технологии создания рекламного продукта	20	4	16	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Понятие и сфера технологии рекламы и СО	2
2	1	Творческая концепция продукта (товара). Рекламный продукт. Создание рекламного продукта. Концепция и образ товара.	2
3	2	Техническое задание на бриф. Бриф и его составляющие.	2
4	2	Упаковка: виды, типы, технологии изготовления. Особенности производства мягкой, полужесткой и жесткой упаковки.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Анализ и описание нового продукта.	2
2	1	Методы формирования креативной идеи в рекламе. Мозговой штурм.	2
3	1	Средства реализации творческой идеи в рекламе. Анализ потребительского рынка нового продукта.	2
4	1	Средства реализации творческой идеи в рекламе. Анализ конкурентного рынка нового продукта.	2
5	1	Проект создания и продвижения нового продукта: концепция, потребители, рыночная ниша	2
6	1	Проект создания и продвижения нового продукта: выбор рекламной стратегии и инструментов продвижения. Описание стратегии	2
7	2	Проект создания и продвижения нового продукта: выбор рекламной стратегии и инструментов продвижения. Описание стратегии	2
8	2	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламных макетов продвижения (логотип, слоган, упаковка, этикетка)	2
9	2	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламных макетов продвижения (POS-материалы).	2
10	2	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламно-полиграфической продукции (буклет, листовка)	4
11	2	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламно-полиграфической продукции (визитная карточка), сценария видеоролика	4
12	2	Проект создания и продвижения нового продукта: наружная реклама. Описание технологии изготовления.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Разработка творческой концепции: анализ аналогов, детальная разработка макетов, подготовка презентации и защиты проекта	1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2008. - 557 с.	6	119,75
Доработка и наполнение макетов фирменной рекламно-полиграфической продукции	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2008. - 557 с.	7	147,5

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	6	Текущий контроль	Творческий практикум	1	2	Задание направлено на творческий подход, на развитие навыков генерирования идей в нейминговых технологиях. Необходимо предложить варианты нейминга с учетом "эпохи" существования магазинов и товаров. Максимальный балл 2. 2 балла - предложены нестандартные коммерческие номинации, обоснован выбор нейминговой технологии, информационная и эмоциональная функция. 1 балл - коммерческие номинации неоригинальны, не обоснован выбор нейминговой технологии, информационная и эмоциональная	зачет

						<p>функция.</p> <p>0 баллов - задание не выполнено.</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)</p>	
2	6	Текущий контроль	Творческий практикум	1	2	<p>Творческий практикум направлен на разработку нейминговых рекламных технологий, ориентированных на гендерную специфику целевой аудитории. Необходимо провести анализ представленных коммерческих номинаций и вывести ключевые признаки гендерной принадлежности. Максимальный балл 2.</p> <p>2 балла - задание выполнено полностью, все коммерческие номинации соотнесены по ведущим гендерным параметрам и критериям, обоснованы их "сигналы" целевой аудитории;</p> <p>1 балл - задание выполнено частично, некоторые коммерческие номинации соотнесены по гендерным параметрам и критериям, но не обоснованы их "сигналы" целевой аудитории;</p> <p>0 баллов - задание не выполнено.</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)</p>	зачет
3	6	Текущий контроль	Проектно-аналитический практикум	1	2	<p>Работа заключается в проектно-аналитической разработке концепции нейминга в разных отраслях бизнеса. При выполнении задания необходимо разработать концепции коммерческих номинаций для зоо-бизнеса, для ресторанного бизнеса и т.д. Максимальный балл 2.</p> <p>2 балла - задание выполнено полностью, предложены оригинальные нейминговые концепции для зоо-бизнеса, для ресторанного бизнеса ;</p> <p>1 балл - задание выполнено частично, некоторые коммерческие номинации не соответствуют концепции для зоо-бизнеса и для ресторанного бизнеса ;</p> <p>0 баллов - задание не выполнено.</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)</p>	зачет
4	6	Текущий контроль	Аналитический консалтинг	1	2	<p>4. Аналитический консалтинг предусматривает анализ предложенных примеров удачного и неудачного нейминга, разработку дальнейших рекомендаций для ренейминговых процедур. Максимальный балл 2.</p> <p>2 балла - задание выполнено полностью, предложены оригинальные примеры удачного и неудачного</p>	зачет

						нейминга, даны рекомендации для разработки дальнейших ренейминговых процедур; 1 балл - задание выполнено частично, предложены не самые явные примеры удачного и неудачного нейминга, даны условные рекомендации для разработки дальнейших ренейминговых процедур; 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)	
5	6	Текущий контроль	Творческий практикум-мастерская	1	2	5. Задание направлено на формирование навыков по технологии разработки упаковки. Необходимо представить всю технологию с обоснования идеи и концепта до конечной готовой тары для продвижения и хранения продукта. Максимальный балл 2. 2 балла - задание выполнено полностью, представлена концепция технологической разработки упаковки; 1 балл - задание выполнено частично, концепция технологической разработки упаковки имеет пробелы, нет идейной связи в разработке; 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)	зачет
6	6	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	5 баллов - примеры в задании подобраны верно. Анализ и обоснование представлены с использованием критериев технологии создания рекламной упаковки. 4 балла - примеры в задании подобраны условно верно, с некоторыми неточностями. Анализ и обоснование представлены непоследовательно с некоторым искажением в использовании критериев технологии создания рекламной упаковки 3 балла - примеры в задании подобраны неверно. Анализ и обоснование представлены не четко и не убедительно. 2 балла - примеры в задании подобраны неверно. Анализ и обоснование не представлены. 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	зачет

7	7	Текущий контроль	Проектный творческий практикум	1	5	<p>Проектный творческий практикум направлен на изучение технологии разработки упаковки товаров отдельных видов и категорий. В ходе выполнения задания необходимо показать особенности упаковочных материалов, формы, размера, объема упаковки и его товарной эстетики. Максимальный балл 5.</p> <p>5 баллов - задание выполнено полностью, показаны особенности упаковочных материалов, формы, размера, объема упаковки и его товарной эстетики.</p> <p>4 балла - задание выполнено частично, показаны некоторые особенности упаковочных материалов, формы, размера, объема упаковки и его товарной эстетики;</p> <p>3 балла - задание выполнено условно, не показаны особенности упаковочных материалов, формы, размера, объема упаковки и его товарной эстетики.</p> <p>2 балла - задание выполнено с большим количеством неточностей и нарушений.</p> <p>0 баллов - задание не выполнено.</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов).</p> <p>Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.</p>	экзамен
8	7	Текущий контроль	Творческо-аналитический практикум	1	5	<p>Творческо-аналитический практикум направлен на формирование творческих навыков по технологии создания этикетки. Необходимо проанализировать представленные технологии разработки и создания этикетки и предложить технологию создания этикетки для товаров конкретного профиля. Максимальный балл 5.</p> <p>5 баллов – задание выполнено полностью, представлен полный анализ имеющихся технологий, предложена подробная технология разработки этикетки, отражены все тонкости стиля и эстетики под конкретный профиль товара;</p> <p>4 балла – задание выполнено с достаточной степенью полноты, анализ имеющихся технологий представлен частично, предложена технология разработки этикетки, отражены основные тонкости стиля и эстетики под конкретный профиль</p>	экзамен

					<p>товара;</p> <p>3 баллов – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, анализ имеющихся технологий поверхностный, предложена неточная и неполная технология разработки этикетки, не отражены тонкости стиля и эстетики под конкретный профиль товара;</p> <p>2 балла – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, в анализе технологий упущены главные этапы, при разработке этикетки для товара не учтены результаты проведенного анализа;</p> <p>0 баллов – задания не выполнены. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.</p>	
9	7	Текущий контроль	Креативный технологический практикум	1	<p>5</p> <p>Креативный технологический практикум предусматривает самостоятельную разработку этикетки для двух видов товаров. Необходимо показать всю технологию создания от замысла до выхода этикетки на рынок. Максимальный балл 5.</p> <p>5 баллов – задание выполнено полностью, вся технология разработки этикетки представлена логично, все этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом;</p> <p>4 балла – задание выполнено с достаточной степенью полноты, основные процессы технологии разработки этикетки представлены логично, основные этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом;</p> <p>3 балла – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, технология разработки этикетки представлена нелогично, этапы частично обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом;</p> <p>2 балла – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, технология разработки</p>	экзамен

						<p>этикетки не представлена, этапы не обоснованы;</p> <p>0 баллов – задание не выполнено</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов).</p> <p>Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.</p>	
10	7	Текущий контроль	Аналитический практикум	1	5	<p>Аналитический практикум направлен на формирование навыков по созданию и разработке концепции нового продукта. Необходимо проанализировать практические рекомендации по описанию концепции и разработке продукта, а затем представить технологию разработки концепции продукта по конкретно предложенным категориям товаров. Максимальный балл 5.</p> <p>5 баллов – задание выполнено полностью, вся технология разработки товара представлена логично, все этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом;</p> <p>4 балла – задание выполнено с достаточной степенью полноты, основные процессы технологии разработки товара представлены логично, основные этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом;</p> <p>3 балла – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, технология разработки товара представлена нелогично, этапы частично обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом;</p> <p>2 балла – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, технология разработки товара не представлена, этапы не обоснованы;</p> <p>0 баллов – задание не выполнено</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов).</p> <p>Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.</p>	экзамен
11	7	Текущий контроль	Аналитический практикум	1	5	<p>11. Аналитический практикум направлен на формирование навыков по созданию и разработке концепции нового продукта. Необходимо проанализировать практические</p>	экзамен

					<p>рекомендации по описанию концепции и разработке продукта, а затем представить технологию разработки концепции продукта по конкретно предложенным категориям товаров. Максимальный балл 5.</p> <p>5 баллов – задание выполнено полностью, вся технология разработки товара представлена логично, все этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом;</p> <p>4 балла – задание выполнено с достаточной степенью полноты, основные процессы технологии разработки товара представлены логично, основные этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом;</p> <p>3 балла – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, технология разработки товара представлена нелогично, этапы частично обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом;</p> <p>2 балла – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, технология разработки товара не представлена, этапы не обоснованы;</p> <p>0 баллов – задание не выполнено</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.</p>	
12	7	Текущий контроль	Творческо-аналитический практикум	1	<p>5</p> <p>Практикум направлен на развитие навыков по описанию рекламируемых услуг. Максимальный балл 5.</p> <p>5 баллов – задание выполнено полностью, услуга описана полностью, включает в себя оптимистический и пессимистический сценарий продвижения на рынке;</p> <p>4 балла – услуга описана неполностью, включает в себя элементы оптимистического и пессимистического сценария продвижения на рынке</p> <p>3 балла - услуга описана без включения оптимистического и пессимистического сценария продвижения на рынке</p>	экзамен

						2 балла - услуга не описана. 0 баллов –задание не выполнено Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	
13	7	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Аналитическая работа предполагает выполнение заданий, направленных на развитие критического мышления, в том числе по работе с преодолением стереотипного восприятия рекламы. Максимальный балл 5. 5 баллов- анализ стереотипов проведен обосновано с подтверждением примерами; 4 балла- анализ стереотипов проведен поверхностно, примеры не раскрывают утверждений автора; 3 балла - анализ стереотипов проведен с некоторыми ошибками, с отсутствием примеров. 2 балла - анализ стереотипов проведен неверно, без примеров. 0 баллов - задание не выполнено Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	экзамен
14	7	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	14. Задание ориентировано на формирование навыка составления и заполнения брифов. Максимальный балл 5. 5 баллов - задание выполнено верно, все шаблоны брифов заполнены в полном соответствии с требованиями к данной технологии. 4 балла - задание выполнено верно, основные шаблоны брифов заполнены в полном соответствии с требованиями к данной технологии 3 балла - задание выполнено с ошибками, все шаблоны брифов имеют неточности в оформлении. 2 балла - задание выполнено с ошибками, все шаблоны брифов оформлены неверно. 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	экзамен
15	7	Текущий контроль	Комплексный практикум	1	5	Комплексный практикум предполагает итоговое решение кейса с включением	экзамен

						<p>всех практических задач, изучаемых в курсе ТРиСО.</p> <p>Максимальный балл 5.</p> <p>5 баллов - кейс решен верно, все задания выполнены без замечаний.</p> <p>4 балла - кейс решен верно, задания выполнены с незначительными замечаниями</p> <p>3 балла - решение кейса в большей части неверно, задания имеют существенные замечания</p> <p>2 - решение кейса неверно</p> <p>0 - задание не выполнено</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов).</p> <p>Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.</p>	
16	6	Промежуточная аттестация	Подготовка вопросов к зачету	1	40	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) .</p> <p>Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде устного ответа на вопросы (если студент набрал менее 60 процентов за все виды работ). Критерии оценивания: 40 баллов - все вопросы раскрыты полно, с примерами, с использованием научной терминологии. 30 баллов - вопросы раскрыты достаточно полно, с примерами, с частичным использованием научной терминологии. 20 баллов - вопросы раскрыты неполно, с неточными примерами, без использования научной терминологии. 10 баллов - вопросы раскрыты крайне поверхностно, без примеров, без использования научной терминологии. 0 баллов - вопросы нераскрыты, примеры отсутствуют, непонимание научной терминологии.</p>	зачет
17	7	Промежуточная аттестация	Подготовка вопросов к экзамену	1	40	<p>Процедура проведения экзамена по дисциплине разработана на основе Регламента «Проведения промежуточной аттестации с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий» (приказ</p>	экзамен

					<p>ректора ЮУрГУ № 80 от 21.04.2020). Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе результатов текущей аттестации с учетом всех контрольных мероприятий. В случае, если студент не согласен с итоговой оценкой по результатам текущей аттестации или решит улучшить показатели текущей успеваемости, ему предоставляется возможность выполнить задание промежуточной аттестации – пройти процедуру экзамена в виде устного ответа на вопросы билета. На подготовку к ответу дается 40 минут. Критерии оценивания: Отлично (31-40 баллов): Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета, без ошибок Хорошо(21-30 баллов): Полный ответ с незначительными недочетами Удовлетворительно (11-20 баллов): Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, или неполный ответ на 2 вопроса билета Неудовлетворительно(1-10 баллов): неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки. Преподаватель оценивает ответ студента и называет оценку за ответ (итоговая оценка за экзамен по результатам всех контрольных мероприятий дисциплины).</p>	
--	--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) . Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде устного ответа на вопросы (если студент набрал менее 60 процентов за все виды работ). Критерии оценивания: 40 баллов - все вопросы раскрыты полно, с примерами, с использованием научной терминологии. 30 баллов - вопросы раскрыты достаточно полно, с примерами, с частичным использованием научной терминологии. 20 баллов - вопросы раскрыты неполно, с неточными примерами, без использования научной терминологии. 10 баллов- вопросы раскрыты крайне поверхностно, без примеров, без использования научной терминологии. 0 баллов - вопросы нераскрыты, примеры отсутствуют, непонимание научной терминологии.</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

экзамен	Процедура проведения экзамена по дисциплине разработана на основе Регламента «Проведения промежуточной аттестации с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий» (приказ ректора ЮУрГУ № 80 от 21.04.2020). Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе результатов текущей аттестации с учетом всех контрольных мероприятий. В случае, если студент не согласен с итоговой оценкой по результатам текущей аттестации или решит улучшить показатели текущей успеваемости, ему предоставляется возможность выполнить задание промежуточной аттестации – пройти процедуру экзамена в виде устного ответа на вопросы билета. На подготовку к ответу дается 40 минут. Критерии оценивания: Отлично (31-40 баллов): Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета, без ошибок Хорошо(21-30 баллов): Полный ответ с незначительными недочетами Удовлетворительно (11-20 баллов): Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, или неполный ответ на 2 вопроса билета Неудовлетворительно(1-10 баллов): неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки. Преподаватель оценивает ответ студента и называет оценку за ответ (итоговая оценка за экзамен по результатам всех контрольных мероприятий дисциплины).	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения
---------	---	---

6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ОПК-6	Знает: "Основные методы продвижения рекламного продукта (услуги), приемы создания рекламного образа, законы работы с рекламным текстом и изображением, методы работы с основными каналами продвижения рекламного продукта. Знает основные технологии создания печатной, теле- и радиорекламы, наружной рекламы и сувенирной продукции. "	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОПК-6	Умеет: Создавать креативный продукт, разрабатывать концепцию продвижения, применять основные технологические требования к носителям и каналам продвижения рекламного продукта.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОПК-6	Имеет практический опыт: Создания печатной продукции, наружной рекламы и сувенирной продукции. Разработки макетов для дальнейшего технологического создания сувенирной продукции, календарной продукции, печатной продукции (листовка, флаер, буклет)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Васильев, Г. А. Основы рекламы [Текст] Учеб. пособие для вузов по направлениям 080100 "Экономика", 080300 "Коммерция", 080500 "Менеджмент" Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 717, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Головлева, Е. Л. Основы рекламы [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 350700 "Реклама" Е. Л. Головлева. - М.: Академический проект, 2008. - 330 с.

2. Мудров, А. Н. Основы рекламы [Текст] учеб. для вузов по специальности 350700 "Реклама" А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2006. - 318 с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Маркетинг в России и за рубежом 16+ ЗАО "Финпресс" журнал. - М., 1997-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Рекламная деятельность

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Рекламная деятельность

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы https://e.lanbook.com/

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. Имущество: Доска информационная эмалевая Жалюзи вертикальные тканевые Шкаф для метод. литературы Стол

		преподавательский Стол ученический на 2 места Стол ученический на 3 места Стул Изо черный Трибуна для докладов
Практические занятия и семинары	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. Имущество: Доска информационная эмалевая Жалюзи вертикальные тканевые Шкаф для метод. литературы Стол преподавательский Стол ученический на 2 места Стол ученический на 3 места Стул Изо черный Трибуна для докладов