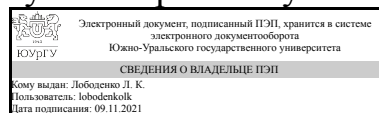


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт медиа и социально-
гуманитарных наук



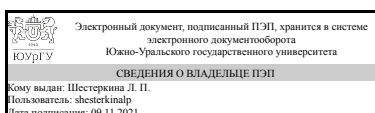
Л. К. Лободенко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.О.30 Технологии рекламы и связей с общественностью
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью**

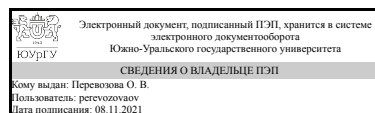
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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



Л. П. Шестеркина

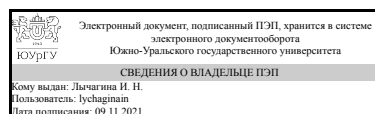
Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент (кн)



О. В. Первозова

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 изучается в двух семестрах и завершается экзаменом. 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.25 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, 1.О.17 Информатика, ФД.02 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта,	1.О.26 Информационные технологии и интеллектуальные системы в гуманитарной сфере

ФД.03 Продвижение медиапродукта в социальных сетях	
--	--

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

Дисциплина	Требования
ФД.02 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта	<p>Знает: особенности функционирования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Умеет: создавать рекламные и коммуникационные материалы с применением современных информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Имеет практический опыт: использования современных цифровых устройств на всех этапах создания рекламного и коммуникационного материала и (или) продукта</p>
1.О.25 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	<p>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;"</p> <p>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</p>
ФД.03 Продвижение медиапродукта в социальных сетях	<p>Знает: основные приемы работы с социальными сетями, технологии продвижения медиапродукта в социальных сетях</p> <p>Умеет: разрабатывать стратегию продвижения медиапродукта в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания</p> <p>Имеет практический опыт: проектирования и создания медиапродукта, анализа и мониторинга</p>

	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., 164,75 ч.
контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		5	6
Общая трудоёмкость дисциплины	324	144	180
<i>Аудиторные занятия:</i>	144	64	80
Лекции (Л)	32	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	112	48	64
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	159,25	71,75	87,5
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
1. Котлер, Ф. Основы маркетинга Ф. Котлер; Пер. с англ. В. Б. Боброва; Общ. ред. и вступ. ст.[с. 5-42] Е. М. Пеньковой. - М.:	87,5	0	87.5

Прогресс: Универс, 1993. - 733			
Разработка творческой концепции: анализ аналогов, детальная разработка макетов, подготовка презентации и защиты проекта	71,75	71,75	0
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	64	16	48	0
2	Производственные технологии создания рекламного продукта	80	16	64	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	1	Креатив и креативная концепция. Методы поиска креативных идей в рекламе.	2
4	1	Техническое задание на бриф. Бриф и его составляющие.	2
5	1	Упаковка: виды, типы, технологии изготовления. Особенности производства мягкой, полужесткой и жесткой упаковки.	2
6	1	Этикетка: виды, типы, технологии изготовления. Этапы создания этикетки, дизайн и особенности производства.	2
7	1	Основные технологии печати в рекламе и полиграфии.	2
8	1	POS- материалы в торговом зале. особенности дизайна и технология	2
9	2	Основные технологии печати в рекламе и полиграфии.	2
10	2	Рекламная продукция (буклет, листовка): технологии создания и изготовления	2
11	2	Брошюровочно-перелетные процессы. Отделочные процессы в рекламе	2
12	2	Фирменный знак: технологии проектирования и создания	2
13	2	Визитная карточка, фирменный бланк, конверт, папка: технологии проектирования и создания	2
14	2	Система визуальной идентичности бренда.	2
15	2	Сувенирная продукция в рекламе: технологии изготовления. Фирменный календарь. Способы печати календарей.	2
16	2	Наружная реклама и технологии изготовления наружной рекламы	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.	4
2	1	Методы формирования креативной идеи в рекламе. Мозговой штурм.	4

3	1	Средства реализации творческой идеи в рекламе. Анализ потребительского рынка нового продукта.	4
4	1	Средства реализации творческой идеи в рекламе. Анализ конкурентного рынка нового продукта.	4
5	1	Средства реализации творческой идеи в рекламе. Анализ конкурентного рынка нового продукта.	4
6	1	Проект создания и продвижения нового продукта: выбор рекламной стратегии и инструментов продвижения. Описание стратегии	4
7	1	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламных макетов продвижения (логотип, слоган, упаковка, этикетка)	4
8	1	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламных макетов продвижения (POS-материалы).	4
9	1	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламно-полиграфической продукции (буклет, листовка)	4
10	1	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламно-полиграфической продукции (визитная карточка), сценария видеоролика	4
11	1	Проект создания и продвижения нового продукта: наружная реклама. Описание технологии изготовления.	4
12	1	Проект создания и продвижения нового продукта: транспортная реклама. Технология изготовления транспортной рекламы.	2
13	1	Проект создания и продвижения нового продукта: оформление проекта.	2
14	2	Технологии создания продукта: печатные, интернет-технологии, телевизионные технологии и радио реклама. Анализ современных технологий.	6
15	2	Основные печатные и постпечатные технологии в рекламе и связях с общественностью	6
16	2	Разработка фирменного знака и блока деловой документации для эко-института ЮУрГУ.	6
17	2	Рекламно-полиграфическая продукция: разработка и технология изготовления (анализ технологии постпечатной обработки)	6
18	2	Наружная реклама: разработка и технология изготовления. Макет билборда	6
19	2	Наружная реклама: разработка и технология изготовления. Макет транспортной рекламы	6
20	2	Наружная реклама: разработка и технология изготовления. Макет вывески и штендера	6
21	2	Сувенирная продукция: разработка и технологии изготовления фирменных календарей	6
22	2	Сувенирная продукция: разработка и технологии изготовления фирменных календарей	6
23	2	Мульти-меди дизайн в рекламе: технологии изготовления сайтов	6
24	2	Оформление проекта	2
25	2	Защита проекта	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	Семестр	Кол-во

	ресурс		часов
1. Котлер, Ф. Основы маркетинга Ф. Котлер; Пер. с англ. В. Б. Боброва; Общ. ред. и вступ. ст.[с. 5-42] Е. М. Пеньковой. - М.: Прогресс: Универс, 1993. - 733	Доработка и наполнение макетов фирменной рекламно-полиграфической продукции	6	87,5
Разработка творческой концепции: анализ аналогов, детальная разработка макетов, подготовка презентации и защиты проекта	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.	5	71,75

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	5	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 функция. 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)	зачет
2	5	Текущий контроль	Творческий практикум	1	2	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.	зачет

						<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>	
3	5	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	5	Текущий контроль	Аналитический консалтинг	1	2	<p>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 нейминга, даны рекомендации для разработки дальнейших ренейминговых процедур;</p> <p>1 балл - задание выполнено частично, предложены не самые явные примеры удачного и неудачного нейминга, даны условные рекомендации для разработки дальнейших ренейминговых процедур;</p> <p>0 баллов - задание не выполнено.</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)</p>	зачет
5	5	Текущий	Творческий	1	2	Задание направлено на формирование	зачет

		контроль	практикум-мастерская			<p>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.</p> <p>2 балла - задание выполнено полностью, представлена концепция технологической разработки упаковки;</p> <p>1 балл - задание выполнено частично, концепция технологической разработки упаковки имеет пробелы, нет идейной связи в разработке;</p> <p>0 баллов - задание не выполнено.</p> <p>Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)</p>	
6	5	Текущий контроль	Аналитико-поисковый практикум	1	5	<p>5 баллов - примеры в задании подобраны верно. Анализ и обоснование представлены с использованием критериев технологии создания рекламной упаковки.</p> <p>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</p> <p>3 балла - примеры в задании подобраны неверно. Анализ и обоснование представлены не четко и не убедительно.</p> <p>2 балла - примеры в задании подобраны неверно. Анализ и обоснование не представлены.</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>	зачет
7	6	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>	экзамен

					<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>		
8	6	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.</p> <p>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 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</p>	экзамен

						<p>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	6	Текущий контроль	Креативный технологический практикум	1	5	<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 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). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.</p>	экзамен
10	6	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</p>	экзамен

					<p>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>		
11	6	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</p>	экзамен

					<p>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	6	Текущий контроль	Творческо-аналитический практикум	1	5	<p>Практикум направлен на развитие навыков по описанию рекламируемых услуг.</p> <p>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> <p>2 балла - услуга не описана.</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>	экзамен
13	6	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	<p>Аналитическая работа предполагает выполнение заданий, направленных на развитие критического мышления, в том числе по работе с преодолением стереотипного восприятия рекламы.</p> <p>Максимальный балл 5.</p> <p>5 баллов- анализ стереотипов проведен</p>	экзамен

						<p>обосновано с подтверждением примерами;</p> <p>4 балла- анализ стереотипов проведен поверхностно, примеры не раскрывают утверждений автора;</p> <p>3 балла - анализ стереотипов проведен с некоторыми ошибками, с отсутствием примеров.</p> <p>2 балла - анализ стереотипов проведен неверно, без примеров.</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>	
14	6	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	<p>Задание ориентировано на формирование навыка составления и заполнения брифов.</p> <p>Максимальный балл 5.</p> <p>5 баллов - задание выполнено верно, все шаблоны брифов заполнены в полном соответствии с требованиями к данной технологии.</p> <p>4 балла - задание выполнено верно, основные шаблоны брифов заполнены в полном соответствии с требованиями к данной технологии</p> <p>3 балла - задание выполнено с ошибками, все шаблоны брифов имеют неточности в оформлении.</p> <p>2 балла - задание выполнено с ошибками, все шаблоны брифов оформлены неверно.</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
15	6	Текущий контроль	Комплексный практикум	1	5	<p>Комплексный практикум предполагает итоговое решение кейса с включением 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</p>	экзамен

						получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	
16	5	Промежуточная аттестация	Подготовка вопросов к зачету	1	40	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.	зачет
17	6	Промежуточная аттестация	Подготовка вопросов к экзамену	1	40	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	экзамен

					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).	
--	--	--	--	--	---	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	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.	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	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	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).	
--	--	--

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

б) дополнительная 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.

2. Пименов, П. А. Основы рекламы [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 350700 "Реклама" П. А. Пименов. - М.: Гардарики, 2009. - 399 с.

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.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Долгова Л.В. Основы рекламы и связей с общественностью в СМИ: практикум. Рязань. 2021. 84 с. 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
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
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
--	--