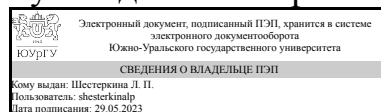


УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



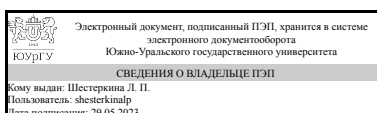
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.О.26 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**

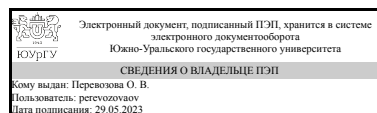
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент



О. В. Первозова

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 (листочка, флаер, буклет) |

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|---|---|
| ФД.02 Продвижение медиапродукта в социальных сетях, 1.О.16 Информатика, ФД.01 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта | 1.О.29 Медиапланирование, 1.О.22 Информационные технологии и интеллектуальные системы в гуманитарной сфере |

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

| Дисциплина | Требования |
|---|---|
| ФД.02 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 социальных сетей, использования информационно-коммуникационных технологий продвижения медиапродукта</p> |
| ФД.01 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.16 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</p> |

системного подхода для решения поставленных задач.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоёмкость 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 |
| Доработка и наполнение макетов фирменной рекламно-полиграфической продукции | 147,5 | 0 | 147,5 |
| Разработка творческой концепции: анализ аналогов, детальная разработка макетов, подготовка презентации и защиты проекта | 119,75 | 119,75 | 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 | 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

| № | № | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол- |
|---|---|---|------|
|---|---|---|------|

| занятия | раздела | | 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 |
| 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 |
| 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 |

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

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 функция. 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов) | зачет |
| 2 | 6 | 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. 2 балла - задание выполнено полностью, все коммерческие номинации соотнесены по ведущим гендерным параметрам и критериям, обоснованы их "сигналы" целевой аудитории; 1 балл - задание выполнено частично, некоторые коммерческие номинации соотнесены по гендерным параметрам и критериям, но не обоснованы их "сигналы" целевой аудитории; 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов) | зачет |
| 3 | 6 | Текущий контроль | Проектно-аналитический | 1 | 2 | Работа заключается в проектно-аналитической разработке концепции | зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---------------------------------|---|---|--|-------|
| | | | практикум | | | <p>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> | |
| 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 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 | 6 | Текущий контроль | Творческий практикум-мастерская | 1 | 2 | <p>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.</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</p> | зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---|---|---|---|---------|
| | | | | | | получено 60% (не менее 2 баллов) | |
| 6 | 6 | Текущий контроль | Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы | 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 | 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> | экзамен |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|--------------------------------------|---|---|---|---------|
| | | | | | | Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки. | |
| 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 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> | экзамен |
| 9 | 7 | Текущий контроль | Креативный технологический практикум | 1 | 5 | Креативный технологический практикум предусматривает самостоятельную разработку этикетки для двух видов товаров. Необходимо | экзамен |

| | | | | | | | |
|----|---|------------------|-------------------------|---|---|--|---------|
| | | | | | <p>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).</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</p> | экзамен |

| | | | | | | | |
|----|---|------------------|-------------------------|---|---|---|---------|
| | | | | | <p>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 | 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 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</p> | экзамен |

| | | | | | | | |
|----|---|------------------|---|---|---|---|---------|
| | | | | | | <p>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> | |
| 12 | 7 | 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).</p> <p>Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.</p> | экзамен |
| 13 | 7 | 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 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</p> | экзамен |

| | | | | | | | |
|----|---|--------------------------|---|---|----|---|---------|
| | | | | | | переработки. | |
| 14 | 7 | Текущий контроль | Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы | 1 | 5 | <p>14. 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 | 7 | 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 получено 60% (не менее 3 баллов).</p> <p>Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.</p> | экзамен |
| 16 | 6 | Промежуточная аттестация | Подготовка вопросов к зачету | - | 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</p> | зачет |

| | | | | | | | |
|----|---|--------------------------|--------------------------------|---|--|---|---------|
| | | | | | <p>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> | | |
| 17 | 7 | Промежуточная аттестация | Подготовка вопросов к экзамену | - | 40 | <p>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</p> | экзамен |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 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) | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |

Типовые контрольные задания по каждому 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(31.12.2022)

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 |