

Аннотация
по дисциплине Б1.В.ДВ.08.01 «Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 24,2 часа аудиторной нагрузки, из них 24 часа лабораторных занятий, 47,8 часов СРС, 0,2 - ИКТ).

Цель дисциплины: ознакомить с современным опытом создания телевизионной и радиой рекламной

Задачи дисциплины:

- выявить специфику действия телевизионной рекламы;
- выявить специфику действия радиорекламы;
- проанализировать методики создания радио и теле-рекламы;
- изучить манипулятивные особенности радио и тел-рекламы.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО: дисциплина «Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы» относится дисциплинам по выбору части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана». Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса «Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы» необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации, прохождения производственной практики. Дисциплина базируется на уже сформированных предшествующих таких дисциплин: «Журналистика как социокультурный феномен», «Современные теории массовой коммуникации», последующие дисциплины: «Инновационные технологии в рекламной деятельности».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (ОК/ПК): ОК 4, ПК 2, ПК 7

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ОПК-4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	новейшие разработки для современных медиасистем при выпуске рекламной теле-, радиопрограмм	использовать технологии при создании контента для рекламной теле-, радиопрограмм	технологиям и для осуществления профессиональной деятельности, базируясь на знании специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ.

ПК-2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	способы редактирования теле-, радиорекламы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	редактировать теле-, радиопрограммы, разрабатывать медийные проекты повышенной сложности	навыками редактирования рекламных теле-, радиопрограмм с учетом знания психологических закономерностей восприятия рекламы
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	современные принципы и методы создания рекламной теле-, радиопрограммы	создавать коллективный рекламный продукт с учетом современных принципов медиапроектирования и медиамоделирования	навыками создания теле-, радиопрограммы с учетом современных принципов проектирования и медиамоделирования

Основные разделы (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в В семестре:

№ раз-дела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Виды телевизионной рекламы	18	-	-	4	8
2.	Этапы создания телевизионной рекламы	18	-	-	4	8
3.	Специфика рекламы на радио.	18	-	-	4	8
4.	Виды рекламы на радио	18	-	-	4	8
5.	Этапы создания радиорекламы	18	-	-	6	8
6.	Итоговое занятие. зачет	9,8	-	-	2	7,8
	Итого:		-	-	24	47,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр.

- Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036.
2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 278 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044.
 3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4.

Автор РПД: к.ф.н., доц. Мальцева И.А.