

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики



Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

Подпись

2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.08.01 ВЫПУСК РЕКЛАМНОЙ ТЕЛЕ-, РАДИО ПРОГРАММЫ

код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление

подготовки/специальность – 42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) /

специализация – «Работа ведущего теле- и радиопередач»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения – заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – магистр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, программа подготовки «Работа ведущего теле- и радиопередач»

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

С.С. Щербаль, доц., канд. полит. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Выпуск теле-, радиопрограммы утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа протокол № 13 «15» июня 2017г.

И.о. заведующего кафедрой (разработчика) Мальцева И.А.

фамилия, инициалы



подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры электронных СМИ и новых медиа

протокол № 13 «15» июня 2017г.

И.о. заведующего кафедрой (выпускающей) Мальцева И.А.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 07-17 «21» июня 2017г.

Председатель УМК факультета Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Хлопунова О.В., канд. филол. наук, доцент, доц. кафедры издательского дела и медиатехнологий

Осадник М.С., председатель Краснодарского Краевого регионального отделения Федерации спортивных журналистов Кубани, главный редактор интернет-портала «Кубанский спорт.RU»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1. Цель освоения дисциплины.

Курс «Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы» направлен на ознакомление с современным опытом создания телевизионной и радиойной программы

1.2 Задачи дисциплины.

- выявить специфику действия рекламной телевизионной программы;
- выявить специфику действия рекламной радиопрограммы;
- проанализировать методики создания рекламной теле-, радиопрограммы;
- изучить манипулятивные особенности рекламной теле-, радиопрограммы.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы» относится к 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 дисциплинах: «Журналистика как социокультурный феномен», «Современные теории массовой коммуникации», последующие дисциплины: «Коммуникативные стратегии регионального телевидения».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных и профессиональных компетенций (ОК/ПК): ОК 3, ОК 4, ПК 2, ПК 7*

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ОПК-3	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	инновационные концепции массовой коммуникации в применении при выпуске теле-, радиопрограммы	учитывать роль аудитории в процессе потребления и производства теле-, радиопродукта	технологиями производства теле-, радиопродукта с учетом инновационных подходов
ОПК-4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их	новейшие разработки для современных медиасистем при выпуске теле-,	использовать технологии при создании контента для теле-, радиопрограмм	технологиями для осуществления профессиональной деятельности, базируясь на

	структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	радиопрограмм ы	ы	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-, радиопрограмм ы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	редактировать теле-, радиопрограмм ы, разрабатывать медийные проекты повышенной сложности	навыками редактирования теле-, радиопрограмм с учетом знания психологических закономерностей восприятия
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	принципы обоснования актуальности исследования программы и методики медиаисследований, принципы анализа	разрабатывать методику теле-, радиосценариев, выполнять медиапроектирование	навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности в медиасфере

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		3	4	5	6
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	10	10			
Занятия лекционного типа	-	-			
Лабораторные занятия	10	10			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	-	-			
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:	58	58			
<i>Курсовая работа</i>	-	-			
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>					
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	38	38			
<i>Реферат</i>	20	20			
Подготовка к текущему контролю					

Контроль:		3,8	3,8			
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	72	72			
	в том числе контактная работа	10,2	10,2			
	зач. ед	2	2			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые на 6 курсе:

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самосто- ятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теле- и радиооратор. Эфирное выступление – разновидность ораторского искусства	18	-	2	-	10
2.	Формы общения: монолог и диалог в рекламной телепрограмме	18	-	2	-	10
3.	Диалог в эфире и его жанры	18	-	2	-	10
4.	Тексты рекламных радиопрограммы	18	-	2	-	10
5.	Закадровый текст в рекламном теле-, радиопрограмме	18	-	-	-	10
6.	Итоговое занятие. Зачет	18	-	2	-	8
	Итого:		-	10	-	58

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

Занятия лекционного типа не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа.

Занятия семинарского типа не предусмотрены

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Реклама как неотъемлемая часть современного телеэфира. Функции, цели, преимущества и недостатки. Психологическое воздействие рекламы на зрителя. Мотивация. Эффективность воздействия телевизионной рекламы. Понятие прайм-тайма. Специфика выделения сегментов целевой аудитории. Жанры телевизионной рекламы: объявление, ролик, слот, анонс, видеоклип, видеофильм, передача.	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
2.	Действие и движение в рекламном продукте. Взаимодействие действия и звука. Создание рекламного сюжета, способного удержать внимание зрителя. Эмоции в рекламе. Демонстрация действия продукта.	<i>Отчет по лабораторной работе</i>

3.	Специфика рекламы на каналах федерального вещания. Специфика рекламы на каналах регионального вещания. Рекламный видеофильм: целесообразность, выбор рекламируемого продукта, особенности создания. Этапы производства телерекламы: от сценария до итогового продукта. Особенности разработки идеи, расстановки акцентов, режиссуры, монтажа.	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
4.	Принципы действия радиорекламы. Охват аудитории. Медиаизмерения. Понятие прайм-тайма. Специфика выделения сегментов целевой аудитории.	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
5.	Жанры радиорекламы. Экспертная реклама. Драматизированная реклама. Жесткая и мягкая реклама. Основные творческие приемы при производстве рекламных роликов. Стоимость рекламного контакта. Этапы производства радиорекламы. Создание электронного оригинал-макета	<i>Отчет по лабораторной работе</i>

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Самостоятельная работа	1. Енина, Л. В. Практика журналистского общения: учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 75 с. — (Серия: Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C 2. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования: учебное пособие / М. А. Мясникова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 179 с. — (Серия: Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F 3. 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. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044 4. 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 5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.
2	Реферат	1. Енина, Л. В. Практика журналистского общения: учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 75 с. — (Серия: Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C 2. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования: учебное пособие / М. А. Мясникова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 179 с. — (Серия: Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F 3. 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. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044 4. 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 5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (дискуссия, круглый стол, опрос, реферат, творческое задание) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Лабораторные занятия(ЛЗ)

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Самостоятельная работа (СР)

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Формами текущего и промежуточного контроля являются выполнение рефератов, прохождение опроса, выполнение лабораторных работ.

4.1.1 Типовые задания в рамках учебной дисциплины «Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы»

Задания текущего контроля предназначены для эффективного усвоения теоретических знаний в сфере функционирования рекламной теле-, радиопрограммы; практического изучения современных тенденций освоения рекламной деятельности; выработки практических навыков организации творческого процесса и использования рекламы в профессиональной деятельности журналиста.

1. Реклама – это...

- а. информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
- б. система, обеспечивающая рыночную ориентацию управления деятельностью предприятий или фирм;

в. это элемент рекламной коммуникации, являющийся непосредственным носителем информационного и эмоционального воздействия, оказываемого коммуникатором на получателя;

г. эффективный стимулятор любого рынка, который информирует о товарах и услугах, создает образ (имидж) производителей, стимулирует сбыт товара (услуг), способствуя росту прибыли.

2. Реклама не должна:

а. призывать к насилию и жестокости;

б. иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;

в. формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;

с. все выше перечисленное.

3. Цели рекламы можно объединить в группы:

а. цели, которые формируют имидж фирмы;

б. стимулирование сбыта;

в. цели, которые позволяют с помощью рекламных средств обеспечить стабильность как в реализации товаров (услуг), так и в отношениях потребителей к фирме;

г. все выше перечисленное.

3. Виды рекламы:

а. имиджевая;

б. внутрифирменная;

в. сравнительная;

г. превентивная.

4. Преимуществом какого средства распространения (размещения) рекламы является «гибкость, высокая частота повторных контактов; невысокая стоимость; слабая конкуренция.»:

а. журнал

б. наружная реклама

в. газета

г. Телевидение

5. По типу сюжетов рекламные ролики можно условно подразделить на:

а. описательные;

б. развернутые;

в. парадоксальные и шоковые;

г. рекламно-демонстрационные ролики.

4.1.2 Темы рефератов

1. Бизнес-модели функционирования на современном медиа-рынке различных средств массовой информации.

2. Методология исследования аудитории средств массовой коммуникации.

3. Креатив в рекламной деятельности

4. Технология создания телевизионных программ

5. Константы и свободные элементы рекламного текста.
6. Обычная структура рекламного сообщения: имя бренда, слоган
7. Основной рекламный текстовый блок, справочные сведения в рекламе.
8. Структура радиоролика.
9. Виды радиорекламных текстов и их специфика.
10. Типовой сценарий спота.
11. Кастинг голосов в рекламе на радио.
12. Анализ и способы создания рекламного спота.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы к зачету

1. Основные виды успешной рекламы на радио
2. Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения.
3. Специфика рекламы на радио
4. Синописис в рекламе на телевидении
5. Национально-культурное восприятие рекламы на вербальном и невербальном уровне.
6. Характеристики успешного имени бренда в рекламе.
7. Монтаж по крупности
8. Монтаж на движение
9. Виды монтажа по линии кинетического ряда
10. Виды монтажа по линии семантического ряда
11. Пластика и звук экранного языка
12. Специфика монтажа рекламных видеоклипов
13. Монтаж киноизображения
14. Звуковая метафора в радиорекламе.
15. Приёмы воздействия на аудиторию
16. Режиссура рекламного видео
17. Схемы роликов внутри телевизионной кампании
18. Этапы работы над синописисом телевизионного клипа.
19. Национально-культурное восприятие рекламы на вербальном и невербальном уровне.
20. Гипнотические техники в рекламном тексте.
21. Кастинг голосов в рекламе на радио.
22. Креатив в рекламной деятельности.
23. Реклама как неотъемлемая часть современного телеэфира.
24. Специфика рекламы на каналах федерального вещания.
25. Этапы производства радиорекламы.

Критерии оценки

Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

- оценку «зачтено» заслуживает учащийся глубоко и прочно усвоивший программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно изложивший материал, тесно увязав теорию с практикой,
- оценка «незачтено» заслуживает учащийся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Енина, Л. В. Практика журналистского общения: учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 75 с. — (Серия: Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C
2. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования: учебное пособие / М. А. Мясникова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 179 с. — (Серия: Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F.
3. 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. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044.
4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-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.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Кухарчук Д.В. Социология: краткий курс лекций. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2013. - 192 с.
2. Лебедева, Т. В. Жанры радиожурналистики / Т.В. Лебедева. - М.: Аспект пресс, 2012. - 224 с
3. Муратов, Сергей Заповедник. Архитектоника передачи. Курс телевизионных лекций / Сергей Муратов. - М.: Икар, 2014. - 164 с
4. Долгина Е. С., Путенихина К. А. Особенности работы радиожурналиста // Молодой ученый. - 2015. - №8. - С. 1258-1260.

5.3. Периодические издания:

1. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru>

2. "Главный редактор". Ежемесячный профессиональный журнал по медиабизнесу.

6. "Медиа бизнес" «МЕДИАБИЗНЕС». Журнал представляет собой площадку для обмена опытом медиа-менеджеров, учебник для тех, кто хочет повысить квалификацию, руководство к действию и сборник практических методик и анализа передового опыта. Все аспекты функционирования современного медийного предприятия и главный аспект — получение дохода и прибыли.

10. "Со-Общение". Ежемесячный специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях. Журнал посвящен проблематике интеллектуального бизнеса и основным направлениям гуманитарных технологий: PR, консалтингу, брэндингу, рекламе, политическим технологиям, менеджменту, традиционным и современным методикам маркетинговых и социологических исследований. <http://www.soob.ru>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. www.biblioclub.ru - информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно- методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;
2. www.knigafund.ru - информационно-образовательный проект, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

По курсу предусмотрено проведение лабораторных занятий, на которых дается основной систематизированный материал, предусматривающих закрепление полученных знаний.

Важнейшим этапом курса является самостоятельная работа по дисциплине «Выпуск рекламной теле-,радиопрограммы».

Самостоятельная работа — планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его

непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 Times New Roman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объем реферата – 10-15 страниц.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

Требования к самостоятельному изучению материала: с помощью конспектирования обязательной научной литературы, указанной в списке литературы, студенты усваивают общую проблематику курса.

Требования к выполнению самостоятельных работ: самостоятельная работа предполагает знакомство с рекомендованной литературой, ее конспектирование, подготовку докладов по предложенным темам, а также выполнение различных индивидуальных и групповых творческих и исследовательских заданий, сформулированных преподавателем.

8.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- Программы для просмотра и создания текстовых файлов («Microsoft Word»)
- Программы для просмотра pdf –файлов («AdobeReader»)

- Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint»)
- Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»)

8.3 Перечень информационных справочных систем:

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
- Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>);
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
- Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
- Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Семинарские занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,404,406,407,408,409, 411 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
2.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
4.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 401 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)