

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

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор

Хагуров Т.А.

Подпись

«»

2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**Б1.В.04 РЕКЛАМА НА РАДИО И ТЕЛЕВИДИЕНИИ**

*(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 2018

Рабочая программа дисциплины Реклама на радио и телевидении 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 Реклама на радио и телевидении утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа

протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.  
фамилия, инициалы

  
подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа  
протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.  
фамилия, инициалы

  
подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики  
протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.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.**

Основная цель освоения дисциплины «Реклама на радио и телевидении» Сформировать у студентов комплекс знаний, умений и навыков, необходимых для создания рекламного продукта в электронных СМИ; обучить основам рекламного языка, дать понятие об изобразительных средствах рекламы в электронных СМИ, определить роль художественного проектирования (моделирования) в рекламе (основы композиции, форма поиска композиционного решения, композиция и пространство, законы создания рекламного макета, принципы создания логотипа, колорит, шрифты и их написание, компьютерный дизайн и т.д.). Кроме того, научить студентов оценивать художественную ценность рекламного продукта и социально-психологическое воздействие рекламной коммуникации.

### **1.2 Задачи дисциплины:**

- сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта, предназначенного для размещения в электронных СМИ;
- сформировать базовые навыки разработки концепции рекламного обращения на радио и телевидении;
- ознакомить с инструментарием психологического воздействия на целевую аудиторию рекламного продукта, предназначенного для размещения в теле-, радиозфере.

### **1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.**

Дисциплина «Реклама на радио и телевидении» относится к вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Для изучения данного курса в качестве базовых знаний студенты должны иметь представление о рекламной деятельности как самостоятельном направлении в системе массовых коммуникаций. Предшествующие дисциплины: «Введение в профессию», «Основы теории журналистики», «Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности». Последующие дисциплины: «Инновационные технологии в рекламе».

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

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

| №  | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части)                                                                                                                                 | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны |                                                                                       |                                                                        |
|----|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|    |                    |                                                                                                                                                                       | знать                                                       | уметь                                                                                 | владеть                                                                |
| 1. | ОПК-2              | готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | Основные тенденции развития рекламного рынка медиаотрасли   | Адаптировать рекламные продукты для различных медийных платформ с учетом их специфики | Навыками прогнозирования колебаний базовых параметров рекламного рынка |

|    |       |                                                                                                                                                                                      |                                                                                          |                                                                                                                              |                                                                                                              |
|----|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | ОПК-4 | готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ | Методы и принципы медиапроектирования и медиамоделирования на базе современных концепций | Разрабатывать концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования | Навыками медиапроектирования и медиамоделирования на базе современных концепций                              |
| 3. | ПК-3  | готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов             | Жанровую систему, форматы, стили и технологические требования электронных СМИ            | Анализировать, оценивать и редактировать медиатексты                                                                         | Навыками редактирования рекламных продуктов, предназначенных для размещения на различных медийных платформах |

## 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) |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------|---|---|---|
|                                                                       |             |                 |   |   |   |
| <b>Контактная работа, в том числе:</b>                                |             |                 |   |   |   |
| <b>Аудиторные занятия (всего):</b>                                    | <b>12</b>   | <b>12</b>       |   |   |   |
| Занятия лекционного типа                                              | 6           | 6               | - | - | - |
| Лабораторные занятия                                                  | -           | -               | - | - | - |
| Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)            | 6           | 6               | - | - | - |
|                                                                       | -           | -               | - | - | - |
| <b>Иная контактная работа:</b>                                        |             |                 |   |   |   |
| Контроль самостоятельной работы (КСР)                                 | -           | -               |   |   |   |
| Промежуточная аттестация (ИКР)                                        | 0,2         | 0,2             |   |   |   |
| <b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>                           |             |                 |   |   |   |
| Курсовая работа                                                       | -           | -               | - | - | - |
| Проработка учебного (теоретического) материала                        | 12          | 12              | - | - | - |
| Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций) | 12          | 12              | - | - | - |
| Реферат                                                               | 20          | 20              | - | - | - |
|                                                                       |             |                 |   |   |   |
| Подготовка к текущему контролю                                        | 12          | 12              | - | - | - |
| <b>Контроль:</b>                                                      | <b>3,8</b>  | <b>3,8</b>      |   |   |   |
| Подготовка к экзамену                                                 |             |                 |   |   |   |

|                           |                                      |           |           |          |          |          |
|---------------------------|--------------------------------------|-----------|-----------|----------|----------|----------|
| <b>Общая трудоемкость</b> | <b>час.</b>                          | <b>72</b> | <b>72</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> |
|                           | <b>в том числе контактная работа</b> | <b>12</b> | <b>12</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> |
|                           | <b>зач. ед</b>                       | <b>2</b>  | <b>2</b>  | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> |

## 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 |          |          | Внеаудиторная работа |
|            |                                                                                                        |                  | Л                 | ПЗ       | ЛР       |                      |
| 1          | 2                                                                                                      | 3                | 4                 | 5        | 6        | 7                    |
| 1          | Создание рекламного продукта на радио и телевидении: разработка концепции и поиск креативного решения. | 14               | 2                 | 2        | -        | 18                   |
| 2          | Работа над литературным и режиссерским сценариями рекламного ролика.                                   | 12               | 2                 | -        | -        | 17                   |
| 3          | Производство рекламного продукта на радио и телевидении: технологические стадии, их особенности.       | 10               | 2                 | 2        | -        | 15                   |
| 4.         | Итоговое занятие. Зачет.                                                                               | 8                | -                 | 2        | -        | 6                    |
|            | <b>Итого:</b>                                                                                          |                  | <b>6</b>          | <b>6</b> | <b>-</b> | <b>56</b>            |

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

## 2.3 Содержание разделов дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

| №  | Наименование раздела                                                                                       | Содержание раздела                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Форма текущего контроля |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1  | 2                                                                                                          | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 4                       |
| 1. | Создание рекламного продукта на радио и телевидении: разработка концепции идеи, поиск креативного решения. | Понятие телевизионного рекламного продукта. Виды рекламных роликов. Особенности блиц-роликов, развернутых роликов, рекламно-демонстрационных роликов. Понятие брифа. Виды брифов. Особенности медиабрифа, креативного брифа и экспертного брифа. Понятие технического задания. Формы его написания. Три основных вида концепции рекламной идеи. Использование манипулятивных приемов в рекламе. | <i>Конспект лекции</i>  |
| 2. | Работа над литературным и режиссерским сценариями рекламного ролика.                                       | Понятие идеи рекламного продукта. Виды сюжетов в сценариях рекламных роликов. Типы героев современной рекламы. Особенности копирайтинга в теле-, радиорекламе. Понятия мизансцены, атмосферы и темпоритма. Разработка                                                                                                                                                                           | <i>Конспект лекции</i>  |

|    |                                                                                                  |                                                                                                                                                                                   |                        |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
|    |                                                                                                  | визуального решения. Понятие раскадровки. Понятие сториборда. Восприятие звука и музыки в рекламе. Шумы и голос в рекламе. Значение тембральной окраски голоса актеров (диктора). |                        |
| 3. | Производство рекламного продукта на радио и телевидении: технологические стадии, их особенности. | Подбор и кастинг актеров. Съёмочный период, монтаж и тонировка. Тестирование готового продукта.                                                                                   | <i>Конспект лекции</i> |

### 2.3.2 Занятия семинарского типа(для ЗФО)

| №  | Наименование раздела                                                                                       | Содержание раздела                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Форма текущего контроля |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1  | 2                                                                                                          | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4                       |
| 1. | Создание рекламного продукта на радио и телевидении: разработка концепции идеи, поиск креативного решения. | Понятие телевизионного рекламного продукта. Виды рекламных роликов. Особенности блиц-роликов, развернутых роликов, рекламно-демонстрационных роликов. Понятие брифа. Виды брифов. Особенности медиабрифа, креативного брифа и экспертного брифа. Понятие технического задания. Формы его написания. Три основных вида концепции рекламной идеи. Использование манипулятивных приемов в рекламе.         | <i>Реферат</i>          |
| 2. | Работа над литературным и режиссерским сценариями рекламного ролика.                                       | Понятие идеи рекламного продукта. Виды сюжетов в сценариях рекламных роликов. Типы героев современной рекламы. Особенности копирайтинга в теле-, радиорекламе. Понятия мизансцены, атмосферы и темпоритма. Разработка визуального решения. Понятие раскадровки. Понятие сториборда. Восприятие звука и музыки в рекламе. Шумы и голос в рекламе. Значение тембральной окраски голоса актеров (диктора). | <i>Реферат</i>          |
| 3. | Производство рекламного продукта на радио и телевидении: технологические стадии, их особенности.           | Подбор типажей и кастинг актеров. Съёмочный период, монтаж и тонировка. Тестирование готового продукта.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <i>Реферат</i>          |

### 2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия - не предусмотрены

### 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  | Реферат                                        | <p>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, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036">www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036</a></p> <p>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, 2018. — 278 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044">www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044</a></p> <p>3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4">www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4</a></p> <p>4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017</p> |
| 2. | Проработка учебного (теоретического) материала | <p>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, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036">www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036</a></p> <p>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, 2018. — 278 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044">www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044</a></p> <p>3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. :</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4">www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4</a><br>4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017 |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

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.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса.

*Лекция* (Л) – учебное аудиторное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Лекция как элемент образовательного процесса должна включать следующие этапы:

- формулировку темы лекции;
- указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
- изложение вводной части;
- изложение основной части лекции;
- краткие выводы по каждому из вопросов;
- заключение;
- рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;

- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

#### *Семинарские занятия (С)*

Семинар - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.

#### Порядок подготовки семинарского занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач семинара
- разработка плана проведения семинара
- моделирование вступительной и заключительной частей семинара
- предварительная раздача студентам вопросов, заданий (в том числе творческих и индивидуальных), ознакомление с проблемами, являющимися предметом обсуждения на семинаре
- инструктаж студентов по подготовке к семинару

#### Порядок проведения семинарского занятия:

1. Вводная часть: постановка цели, задач и изложение основного замысла занятия.
2. Основная часть:
  - организация дискуссии: постановка проблемы, выделение основных направлений;
  - выступление докладчика, раскрывающего основные положения по вопросу;
  - выступления содокладчиков, раскрывающих свое видение проблемы;
  - дискуссия по докладу и содокладам.
3. Заключительная часть: завершение дискуссии, обобщение и оценка результатов работы студентов.

#### *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 является выполнение рефератов и устные опросы.

##### **4.1.1 Примерные темы рефератов**

1. Эффективность современных видов рекламы.
2. Качественные методы оценки эффективности рекламы.
3. Социальная реклама на телевидении.
4. Имидж семьи в телерекламе.
5. Гендерные образы в телерекламе.
6. Восприятие телевизионной рекламы: национальные особенности.
7. Жанры телевизионной рекламы.
8. Экспертная реклама
9. Драматизированная реклама.
10. Жесткая и мягкая реклама.
11. Рекламные видеофильмы на региональных и федеральных телеканалах.
12. Каналы распространения Product Placement.
13. Типология *Product Placement*.
14. *Product Placement* как ролевая модель.
15. *Product Placement* как социальная коммуникация.
16. Преимущества использования *Product Placement*.
17. Основные творческие приемы при производстве рекламных роликов.

##### **4.1.2 Примерные вопросы для устного блиц-опроса**

1. Реклама на радио.
2. Реклама на телевидении.
3. Охват аудитории. Медиаизмерения. Понятие прайм-тайма.
4. Жанровая классификация телевизионной рекламы.
5. Основные творческие приемы при производстве рекламных роликов. Стоимость рекламного контакта.
6. Жанровая классификация радиорекламы.
7. Жанры радиорекламы.
8. Возможности и ограничения радиорекламы.
9. Специфика выделения сегментов целевой аудитории.
10. Виды рекламы на радио.
11. Правила составления рекламного объявления.
12. Задачи рекламной компании.
13. Какова роль невербальной составляющей в телевизионной рекламе?
14. Перечислите критерии эффективности телевизионной рекламы и радиорекламы.
15. Почему радио является одним из наиболее привлекательных средств распространения рекламы?
16. Опишите преимущества и недостатки радио в сравнении с другими средствами распространения рекламы.

17. Каковы правила создания радиорекламы?
18. Какими преимуществами и ограничениями обладает телереклама?
19. Назовите виды телерекламы. Приведите примеры.
20. Что необходимо учесть при создании телерекламы?

#### **4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.**

##### **Примерные вопросы к зачету.**

1. Особенности телевидения как средства распространения рекламы.
2. Как сделать рекламу эффективной.
3. Реклама как институт продвижения продукта.
4. Влияние рекламы на эффективность деятельности торговых представителей.
5. Коммуникации с использованием аудиовизуальной, радио- и телевизионной рекламы.
6. Рекламные видеофильмы на региональных и федеральных телеканалах
7. Принципы действия радио рекламы.
8. Охват аудитории. Медиаизмерения и ее методики. Понятие прайм-тайма.
9. Жанровая классификация телевизионной рекламы.
10. Основные творческие приемы при производстве рекламных роликов. Стоимость рекламного контакта.
11. Жанровая классификация радиорекламы.
12. Жанры радиорекламы.
13. Возможности и ограничения радиорекламы.
14. Специфика выделения сегментов целевой аудитории.
15. Виды рекламы на радио.
16. Правила составления рекламного объявления.
17. Задачи рекламной компании.
18. Этапы проведения рекламной компании. Оценка эффективности рекламной компании.
19. Структура рекламного обращения.
20. Форма рекламного обращения.
21. Этапы разработки рекламного обращения.
22. Роль Федерального Закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью в РФ.
23. Саморегулирование рекламной деятельности в России.
24. Сегментирование рынка и его роль в повышении эффективности рекламной деятельности.
25. СМИ как площадка для размещения рекламы. Виды рекламы в СМИ.
26. Содержание договора между рекламодателем и рекламным агентством.
27. Стратегия УТП.
28. Структура рекламного текста. Слоган в рекламном сообщении.

##### **Критерии оценивания**

Зачет проводится устной форме по билетам, которые включают два теоретических вопроса и выполнение творческого задания. Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

«Зачтено» ставится, если студент отвечает на вопросы устного собеседования, владеет

основными терминами и понятиями по теме курса, может привести примеры из современной практики в сфере отечественной и зарубежной журналистики.

**«Не зачтено»** ставится, если студент не знает ответа на вопросы устного собеседования, не знает базовых определений по теме курса, не может привести примеры из практической отечественной и зарубежной журналистики.

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. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036](http://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, 2018. — 278 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044](http://www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044)

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4](http://www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4)

### **5.2 Дополнительная литература:**

1. Смирнова, Ю.В. Реклама на телевидении: разработка и технология производства: учеб. пособие. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2014. – 256 с.

2. Бернадская, Ю.С. Звук в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАТА, 2007. – 135 с.

3. Анашкина, Н.А. Режиссура телевизионной рекламы: учеб. пособие для студентов вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАТА, 2008. – 208 с.
4. Лебедев-Любимов, А. Н. Психология рекламы. – СПб: Питер, 2002. – 368 с.
5. Каплунов, Д. Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста. – М.: Издательство «Э», 2017. – 352 с.
6. Аниськина, Н. В. Модели анализа рекламного текста / Н.В. Аниськина, Т.Б. Колышкина. - Москва: ИЛ, 2016. - 304 с.
7. Антипов, К. В. Основы рекламы / К.В. Антипов. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 326 с.
8. Катернюк А. Практическая реклама /А. Катернюк . - М.: Феникс, 2015. - 155 с
9. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности / С.Г. Богацкая. - М.: Университетская книга, 2013. - 590 с.
10. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - Москва: Наука, 2014. - 272 с.
- 11.. Гусаров, Ю. В. Рекламная деятельность / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 320 с.
12. PR в сфере коммерции (+ CD-ROM). - Москва: Огни, 2013. - 304 с.

### **5.3 Периодические издания:**

1. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. URL: <http://www.mediascope.ru>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>.
3. Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.msu.ru/resources/msu-publ.html>

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

1. <https://www.biblio-online.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. <https://e.lanbook.com> – 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.

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

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

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

#### *Методические указания к самостоятельной работе студентов*

*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.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

*Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:*

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

*студент может:*

- сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, проработка теоретического материала, подготовка индивидуальных заданий.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

*Самостоятельная работа* студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

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.

## **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 («Microsoft PowerPoint»)
- 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. | Лекционные занятия                         | Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) <b>ауд.№202,205,302,402</b> (Мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная)<br><b>ауд.№209,309,407,408,409,411</b> (Комплект учебной мебели, доска учебная)<br><b>ауд.№301</b> (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 2. | Семинарские занятия                        | Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) <b>ауд.№304,305,404,406,407,408,409, 411</b> (Комплект учебной мебели, доска учебная)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3. | Групповые и индивидуальные консультации    | Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) <b>ауд.№202,306,307,407,408,409,411</b> (Комплект учебной мебели, доска учебная)<br><b>ауд. 310</b> (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)<br><b>ауд. 410</b> (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования)<br><b>ауд. 412</b> (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) |
| 4. | Текущий контроль, промежуточная аттестация | Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) <b>ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409</b> (Комплект учебной мебели, доска учебная)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 5. | Самостоятельная работа                     | Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) <b>ауд. № 401</b> (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт.,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|  |  |                                                               |
|--|--|---------------------------------------------------------------|
|  |  | комплект аудиозаписывающего оборудования,<br>микшерный пульт) |
|--|--|---------------------------------------------------------------|