

Аннотация дисциплины ОП.11 Телевизионная реклама

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	96
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
занятия лекционного типа	48
практические занятия	16
консультации	6
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	26
в том числе:	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	26
Консультации	6
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	<i>зачет</i>

Цель и задачи учебной дисциплины

Цель – формирование представления о специфике рекламной информации на телевидении.

Задачи:

- Освоение полного цикла производства и трансляции рекламного продукта на телевидении.
- Владение приемами создания телевизионной рекламы
- Формирование знаний об истории телевизионной рекламы

Место дисциплины в структуре ППССЗ СПО

Дисциплина входит в профессиональный цикл дисциплин.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п.п	Индекс ком-ции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны
-------	----------------	------------------------	---

			знать	уметь	владеть
1	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- теоретические основы телевизионной рекламы -практические основы ТВ-рекламы -историю ТВ-рекламы	-искать необходимую информацию с помощью коммуникационных технологий -организовывать собственную деятельность -Принимать стандартные и нестандартные решения	-Навыки коллективной работы -Навыки индивидуальной работы
2	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.			
3	ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.			
4	ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.			
5	ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.			
6	ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.			
7	ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.			
8	ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального			

		и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.			
9	ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.			
10	ПК.1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	-Политическая телевизионная реклама -Пропаганда -социальная реклама на телевидении -Специфика размещения рекламы на ТВ	-Выполнять задания по аналогии -Анализировать специфику телеканалов	- Навыки анализа рекламных роликов -Навыки участия в дискуссии -Навыки сравнительного анализа
	ПК 1.2	Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.			
	ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.			
	ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.			
	ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.			
	ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.			
	ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.			
	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	-Особенности формирования запроса -Медиапланирование на телевидении -Правовые основы размещения ТВ-рекламы	-Составлять запрос -Составлять план размещения рекламы на ТВ	-Навыки анализа телеаудитории, законности ТВ-рекламы
	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.			
	ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.			

В результате изучения обязательной части учебного цикла

обучающийся должен:

Знать: основы рекламной деятельности на телевидении (содержательный, правовой, экономический и психологический аспекты);

Уметь: работать с рекламой на телевидении в рамках основных видов деятельности: авторская, редакторская, организационно-управленческая; производственно- технологическая.

Владеть: навыками научного исследования (теоретического и эмпирического) в целях грамотной подготовки домашних заданий

Основные разделы дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел 1. Теоретические основы телевизионной рекламы.	22	18	4	5
Тема 1. Общая характеристика ТВ-рекламы		4	1	1
Тема 2. Телевизионная индустрия		4	-	1
Тема 3. Правовое регулирование ТВ-рекламы		4	1	2
Тема 4. Специфика размещения рекламы на ТВ		6	2	1
Раздел 2. Практические аспекты телевизионной рекламы	26	20	7	8
Тема 5. Политическая ТВ-реклама.		4	1	2
Тема 6. Социальная ТВ-реклама и пропаганда		5	1	2
Тема 7. Манипулятивные		5	2	1

технологии ТВ-рекламы				
Тема 8. Создание рекламного ролика		6	3	3
Раздел 3. История телевидения и телевизионной рекламы	16	10	5	7
Тема 9. История появления телевидения		2	-	2
Тема 10. История телевизионной рекламы в России		4	2	3
Тема 11. Шедевры ТВ-рекламы		4	3	3
Всего по дисциплине	64	48	16	20

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме зачета

Основная литература

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33.

Автор Георгиева А.П.