

Аннотация дисциплины

ОП.12 Реклама на радио

Объем трудоемкости: 72 часа, из них – 48 часов аудиторной нагрузки:

лекционных 32 ч.,

практических 16 ч.,

самостоятельная работа 20 ч.

консультаций 4 ч.

Цель дисциплины: сформировать знания и практические умения по вопросам создания современной радиорекламы, дать представление о специфике воздействия радио- и телевизионной рекламы на целевую аудиторию у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.02.01 Реклама посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС СПО, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

Задачи дисциплины:

- 1) выявить особенности производства радиорекламы;
- 2) рассмотреть специфику воздействия радиорекламы на целевую аудиторию;
- 3) изучить манипулятивные технологии радиорекламы.

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина входит в Профессиональный цикл (Общепрофессиональные дисциплины) и обнаруживает межпредметные связи с дисциплинами «Реклама в СМИ», «Интернет-реклама» и «Политическая реклама», развивающими коммуникативные технологии в профессиональной сфере специалиста по рекламе.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-1, ОК-2, ОК-5, ОК-9, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-3.2, ПК-4.1.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
1.	ОК-5	Использование информационно-коммуникационных технологий для	Знать специфику информационно-коммуникационных технологий для совершенствования	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования	Владеть принципами использования информационно-коммуникационных технологий для

№ п. п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
		совершенствован ия профессионально й деятельности	я профессионально й деятельности на радио	профессиональной деятельности на радио	совершенствования профессиональной деятельности на радио
2.	ПК-3.2	Разработка средств продвижения рекламного продукта	Знать специфику средств продвижения рекламного продукта на радио	Уметь использовать средства продвижения рекламного продукта на радио	Владеть принципами средствами продвижения рекламного продукта на радио
3.	ПК-4.5	Реализация технологии продвижения рекламного продукта	Знать специфику реализации технологии продвижения рекламного продукта на радио	Уметь использовать технологии продвижения рекламного продукта на радио	Владеть принципами использования технологий продвижения рекламного продукта на радио

В результате изучения дисциплины специалист должен:

№ п. п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
1.	ОК-5	Использование информационно- коммуникационны х технологий для совершенствования профессиональной деятельности	Знать специфику работы с информацией в рамках профессиональной деятельности специалиста по рекламе, особенности использования информационно- коммуникационных технологий в продвижении рекламных проектов на радио	Уметь работать с актуальной информацией в рамках профессионально й деятельности специалиста по рекламе, использовать информационно- коммуникационн ые технологии для решения профессиональны х задач в сфере рекламы на радио	Владеть принципами и навыками работы с актуальной информацией и использования информационно- коммуникационных технологий для решения профессиональных задач в сфере рекламы, навыками создания авторских рекламных проектов на радио
2.	ПК-3.2	Разработка средств продвижения рекламного продукта			
3.	ПК-4.5	Реализация технологии продвижения рекламного			

№ п. п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
		продукта			

Основные разделы дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)	К о н с
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия		
Тема 1. Цели и задачи радиорекламной деятельности	12	6	2	4	
Тема 2. Субъекты радиорекламной деятельности	12	6	2	4	
Тема 3. Требования к рекламе на радио.	14	6	4	4	
Тема 4 Классификация средств радиорекламы.	14	6	4	4	
Тема 5 Оценка эффективности рекламы на радио.	16	8	4	4	
Всего по дисциплине	72	32	16	20	4

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: проблемная лекция, лекция-визуализация, разбор конкретных ситуаций, метод развивающейся кооперации для решения творческих задач, визуализация ключевых понятий курса, лекция-консультация, лекция-дискуссия.

Вид итоговой аттестации: зачет

Основная литература

1. Познин, В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Ф. Познин. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 362 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — Электронный ресурс. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/7C22D360-4A52-4680-86EB-A5AED537D649.
2. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 552 с. — (Серия: Профессиональное образование). — Электронный ресурс. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33.

Автор: Фоменко Н.В.