



«Кубанский государственный университет»
Институт среднего профессионального образования

М.Ю. Беликов

«23» мая 2015 г.

42.02.01 Реклама

Краснодар 2015

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.12 «Реклама на радио» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 № 32859)

Дисциплина **ОП.12 «Реклама на радио»**
 Форма обучения **очная**
 Учебный год **2015/2016**

4 курс 7 семестр

всего **72 часа, в том числе:**

лекции **32 час.**

практические занятия **16 час.**

самостоятельные занятия **20 час.**

Консультации **4 час.**

форма итогового контроля **зачет**

Составитель: преподаватель

подпись

ФИО

В.Р. Огородников

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин
 направления дизайн и реклама
 протокол № 10 от «22» мая 2015 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии:

Иваненко О.П. Иваненко О.П.

«22» мая 2015 г.

Рецензент (-ы):

к.ф.н., доцент кафедры издательского дела, рекламы и медиа технологий. Факультет журналистики КубГУ	<i>Г.Н. Немец</i>	Георгий Николаевич Немец
Специалист по рекламе ООО «Кедр» г. Краснодар	<i>Е.И. Булюктова</i> 	Елена Ивановна Булюктова

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
1.1 Область применения программы.....	5
1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:.....	5
1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:.....	8
1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (перечень формируемых компетенций).....	9
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	11
2.2. Структура дисциплины:.....	12
2.3. Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	13
2.4. Содержание разделов дисциплины.....	16
2.4.1. Занятия лекционного типа.....	16
2.4.2. Занятия семинарского типа.....	17
2.4.3. Практические занятия (лабораторные занятия).....	18
2.4.4. Содержание самостоятельной работы.....	19
2.4.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	19
3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	21
3.1. Образовательные технологии при проведении лекций.....	21
	8
3.2. Образовательные технологии при проведении практических занятий.....	22
	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	23
4.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	23
4.2. Перечень необходимого программного обеспечения.....	23
5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	23
5.1. Основная литература.....	23
5.2. Дополнительная литература.....	24
5.3. Периодические издания.....	24
5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	24
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	24
7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ.....	26
7.1. Паспорт фонда оценочных средств.....	26
7.2. Критерии оценки знаний.....	26
7.3. Оценочные средства для проведения для текущей аттестации.....	27

7.4. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации.....	29
8. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	32
9. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	37

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.12 Реклама на радио

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.12 Реклама на радио является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина входит в число общепрофессиональных дисциплин профессионального учебного цикла. Курс продолжает формирование профессиональных умений и навыков рекламиста, аккумулирует знания, полученные в процессе изучения дисциплин «Реклама в СМИ», «Психология в рекламе», и формирует набор навыков для изучения дисциплины «Художественное проектирование рекламного продукта»

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
1	ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Основы работы в сфере рекламы Основы медиапланирования в сфере рекламной деятельности	Ориентироваться в тенденциях современного рекламного рынка Ориентироваться в тенденциях радиозэфира	Навыками и подходами к самостоятельной деятельности в сфере рекламного медиапланирования на радио
2	ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач,	Основные принципы действия современных информационных технологий	Транслировать тексты в эфире с учетом их жанра и ЦГВ	Иметь представление рекламных и радиийных жанрах

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
		оценивать их эффективность и качество			
3	ОК 5	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности	Принципы работы над радиийными продуктами	Работать в интерактивном режиме	Иметь системное представление о психологических концепциях личности и соотносить их с личностью ведущего
4	ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Принципы действия механизмов создания и доведения до целевых групп информационных посланий	Ориентироваться в технологическом построении рекламного продукта в заданном жанре	Овладеть навыками грамотного построения текста для контакта с аудиторией
5	ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Методы конструирования и управления информационными потоками	Предлагать и оптимизировать рекламные задумки в соответствии с теоретической и практической базой курса	Знаниями в области теории рекламы, владеть навыком совмещать междисциплинарные знания
6	ПК 1.2	Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Основы художественного конструирования области разработки рекламного продукта	Разрабатывать и работать с предложенными рекламными материалами (звуками, образами, задачами и т.д.)	Иметь представление о радиийном образе.
7	ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Особенности производства и функционирования радиорекламы	Осуществлять профессиональную деятельность с учетом понимания особенностей функционирования	Навыками создания рекламных теле-, радиопроductов

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
				ния теле-, радиорекламы	
8	ПК 1.4	Составлять и оформлять рекламные объявления	Жанровую палитру аудиальных произведений журналистики	Адаптировать медиатексты к технологическим требованиям радиовещания	Навыками редактирования аудиопроductии.
9	ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Особенности технологического и творческого процесса создания на радио рекламных программ	Создавать программы рекламной направленности в различных жанрах в зависимости от темы, применяя продуктивные приемы речевого воздействия.	Практическим и навыками психолингвистического анализа и создания эффективного рекламного текста, речевыми средствами организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ.
10	ПК 3.1	Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка	Специфику радиорежиссуры создания рекламного продукта радио	Анализировать и экспертировать созданные программы, обобщать теоретические и прикладные подходы отечественной и зарубежной научной литературы в области создания радиальных проектов	Теоретическим и психологическими знаниями и практическими навыками, касающимися объекта научных исследований
11	ПК 4.1	Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению	Теоретические и практические основы психолингвистических исследований по воздействию	Разрешать психологически проблемные ситуации, готовность к принятию ответственности за свои решения в	Знанием способов речевого воздействия на различные целевые аудитории

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
		рекламного проекта.	радиотекстов на аудиторию.	рамках профессиональной компетенции	

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

- Ориентироваться в жанровой палитре медиарекламы
- Ориентироваться в современных тенденциях развития радиовещания

знать:

- Теоретические основы построения рекламного продукта на радио

иметь практический опыт (владеть):

- Инструментарием в области построения рекламного радиопродукта
- Пониманием тенденций современной медиасреды

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 72 часа, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка 48 часов;
- самостоятельная работа 20 часов;
- консультации 4 часа.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (перечень формируемых компетенций)

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
1	ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Основы работы в сфере рекламы Азы медиапланирования в сфере рекламной деятельности	Ориентироваться в тенденциях современного рекламного рынка Ориентироваться в тенденциях радиозэфира	Навыками и подходами к самостоятельной деятельности в сфере рекламного медиапланирования на радио
2	ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Основные принципы действия современных информационных технологий	Транслировать тексты в эфире с учетом их жанра и ЦГВ	Иметь представление рекламных и радиальных жанрах
3	ОК 5	Использовать информационные коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Принципы работы над радиальными продуктами	Работать в интерактивном режиме	Иметь системное представление о психологических концепциях личности и соотносить их с личностью ведущего

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
4	ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Принципы действия механизмов создания и доведения до целевых групп информационных посланий	Ориентироваться в технологическом построении рекламного продукта в заданном жанре	Овладеть навыками грамотного построения текста для контакта с аудиторией
5	ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Методы конструирования и управления информационными потоками	Предлагать и оптимизировать рекламные задумки в соответствии с теоретической и практической базой курса	Знаниями в области теории рекламы, владеть навыком совмещать междисциплинарные знания
6	ПК 1.2	Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Основы художественного конструирования области разработки рекламного продукта	Разрабатывать и работать с предложенными рекламными материалами (звуками, образами, задачами и т.д.)	Иметь представление о радиийном образе.
7	ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Особенности производства и функционирования радиорекламы	Осуществлять профессиональную деятельность с учетом понимания особенностей функционирования теле-, радиорекламы	Навыками создания рекламных теле-, радиопроductов
8	ПК 1.4	Составлять и оформлять рекламные объявления	Жанровую палитру аудиальных произведений журналистики	Адаптировать медиатексты к технологическим требованиям радиовещания	Навыками редактирования аудиопроductии.

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
9	ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Особенности технологического и творческого процесса создания на радио рекламных программ	Создавать программы рекламной направленности в различных жанрах в зависимости от темы, применяя продуктивные приемы речевого воздействия.	Практическим и навыками психолингвистического анализа и создания эффективного рекламного текста, речевыми средствами организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ.
10	ПК 3.1	Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка	Специфику радиорежиссуры создания рекламного продукта радио	Анализировать и экспертировать созданные программы, обобщать теоретические и прикладные подходы отечественной и зарубежной научной литературы в области создания радионных проектов	Теоретическими и психологическими знаниями и практическими навыками, касающимися объекта научных исследований
	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.			
11	ПК 4.1	Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта	Теоретические и практические основы психолингвистических исследований по воздействию радиотекстов на аудиторию.	Разрешать психологически проблемные ситуации, готовность к принятию ответственности за свои решения в рамках профессиональной компетенции	Знанием способов речевого воздействия на различные целевые аудитории

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
занятия лекционного типа	32
практические занятия	16
консультации	4
лабораторные занятия	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	
в том числе:	
реферат	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, изучения дополнительного теоретического материала	20
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	<i>зачет</i>

2.2. Структура дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Форматы радиостанций		2		
Структура радиоэффира		2		
Информационное вещание на радио		2		
Развлекательное вещание		2		
Реклама в структуре радиоэффира.		6		

Зависимость типа рекламы от формата радиостанции				
Типы радиорекламы		18	16	20
Всего по дисциплине	72	32	16	20

2.3. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.12 Реклама на радио

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)		Объем часов	Уровень освоения	
1	2		3	4	
Раздел 1.Форматы радиостанций			2	1	
Тема 1.	Содержание учебного материала				
	Лекции				1
	1	Форматы радиостанций	2		
	Практические (лабораторные) занятия				3
Самостоятельная работа обучающихся					
Раздел 2.Структура радиоэфира			2	1	
Тема 2.	Содержание учебного материала				
	Лекции				
	1	Структура радиоэфира	2		1
	Практические (лабораторные) занятия				3
Самостоятельная работа обучающихся					
Раздел 3.Информационное вещание на радио			2	2	
Тема 3.	Содержание учебного материала				
	Лекции				1
	1	Информационное вещание на радио	2		

	Практические (лабораторные) занятия			3	
	Самостоятельная работа обучающихся				
Раздел 4.Развлекательное вещание			2	3	
Тема 4.	Содержание учебного материала				
	Лекции		2		1
	1	Развлекательное вещание			
	Практические (лабораторные) занятия				3
	Самостоятельная работа обучающихся				
Раздел 5. Реклама в структуре радиоэфира. Зависимость типа рекламы от формата радиостанции			6	1	
Тема 5.	Содержание учебного материала				
	Лекции				
	1	Реклама на государственных и коммерческих радиостанциях.	2		1
	2	Реклама в структуре информационного и развлекательного вещания	2		1
	3	Конвергенция рекламы в интернет-радиостанциях			
	Практические (лабораторные) занятия			3	
	Самостоятельная работа			3	
Раздел 6. Типы радиорекламы			54	1	
Тема 6.	Содержание учебного материала				
	Лекции		18	1	
	1	Реклама на радиостанциях формата NewsTolk	4	1	
	2	Реклама в информационном эфире	4	1	
	3	Структура рекламного блока	2	1	
	4	Типы рекламы. Объявление	2	1	
	5	Типы рекламы. Информационный ролик	2	1	
	6	Типы рекламы. Игровой ролик	2	1	
	7.	Типы рекламы. Музыкальный ролик	2	1	
	Практические (лабораторные) занятия		16	3	
	1. Специфика блоковых объявлений. Область применения. Ценовая политика		4	3	

	2. Информационный ролик. Способы создания. Области применения.	4	3
	3. Игровой ролик. Актуальность. Специфика создания и применения.	4	3
	4. Музыкальный ролик. Актуальность. Специфика создания и применения.	4	3
	Самостоятельная работа 1. Объявление. Блок объявлений 2. Информационный ролик 3. Игровой ролик. 4. Музыкальный ролик.	20	3

2.4. Содержание разделов дисциплины

2.4.1. Занятия лекционного типа

№ раз дела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
<i>7 семестр</i>			
1	Форматы радиостанций	Adult. Contemporary Hits Radio. News Tolk. Фолк – радио. Жанровые радиостанции. Зависимость элементов и структуры от формата.	Опрос
2	Структура радиоэфира	Составляющие эфира. Работа ведущего в эфире. Особенности музыкально-шумового эфира радиостанций. Принцип построения плей-листа радиостанции. Зависимость структуры и наполнения радиоэфира от формата радиостанции.	Опрос
3	Информационное вещание на радио	Типология информационных программ. Структура новостного блока. Информационное вещание на радиостанциях различных типов.	Опрос
4	Развлекательное вещание	Развлекательный эфир. Типология к программам развлекательного эфира. Требования к структурным компонентам программ. Голос ведущего, МПЮ, плей-лист развлекательного эфира.	Опрос

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
5	Реклама в структуре радиоэфира. Зависимость типа рекламы от формата радиостанции	Реклама в информационном эфире. Темпоритм рекламного ролика. Рекламный блок как форма подачи. Реклама в развлекательном эфире.	Опрос
6	Типы радиорекламы	Инструментарий создания радиорекламы. Объявление. Блок объявлений. Информационный ролик. Игровой ролик. Музыкальный ролик. Поведенческие характеристики героя начитки. Монтаж разных типов радиорекламы. Ценовая политика рекламы на радио. Монтаж ролика. Пакеты радиорекламы.	Опрос Практическое задание

2.4.2. Занятия семинарского типа

Занятия семинарского типа не предусмотрены

2.4.3. Практические занятия (Лабораторные занятия)

№	Наименование раздела	Наименование практических работ	Форма текущего контроля
<i>7 семестр</i>			
1	2	3	4
1.	Специфика блоковых объявлений. Область применения. Ценовая политика	Подбор новостей для блока информационных объявлений. Разработка блока информационных сообщений.	Практическое задание
2.	Информационный ролик. Способы создания. Области применения.	Разработка информационного радиоролика в соответствии с заданными параметрами.	Практическое задание
3.	Игровой ролик. Актуальность.	Разработка сценария игрового радиоролика	Практическое задание

	Специфика создания и применения.		задание
	Музыкальный ролик. Актуальность. Специфика создания и применения.	Разработка сценария музыкального радиоролика	Практическое задание

Примечание: ПР- практическая работа, ЛР- лабораторная работа; Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа

2.4.4. Содержание самостоятельной работы

Выполнение практического задания. Разработка и монтаж рекламного радиоролика с заданными параметрами (жанр, тема, хронометраж).

2.4.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

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

На самостоятельную работу обучающихся отводится 20 часов учебного времени.

Рекомендации

В Таблицу раздела 2.4.5 включаются источники из разделов: 5.1. Основная литература, 5.2. Дополнительная литература. Электронные издания, включённые в список, должны сопровождаться ссылками на электронный адрес издания в сети Интернет. Библиографические данные раздела должны быть оформлены в соответствии с требованиями действующих ГОСТов по информации, библиотечному и издательскому делу.

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3

1.	Тема 1. Форматы радиостанций	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. 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.
2.	Тема 2. Структура радиоэффира	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. 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.
3.	Тема 3. Информационное вещание на радио	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. 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.

4.	Тема 4. Развлекательное вещание	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. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия: Профессиональное образование). — Электронный ресурс. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33.
5.	Тема 5. Реклама в структуре радиоэфира. Зависимость типа рекламы от формата радиостанции	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. 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.
6.	Тема 6. Типы радиорекламы	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. 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.

		online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33 .
--	--	--

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1.Образовательные технологии при проведении лекций

№	Тема	Виды применяемых образовательных технологий	Кол-во час
1	2	3	4
1	Форматы радиостанций	<i>развивающее обучение</i>	2
2	Структура радиоэфира	<i>развивающее обучение</i>	2
3	Информационное вещание на радио	<i>развивающее обучение</i>	2
4	Развлекательное вещание	<i>развивающее обучение</i>	2
5	Реклама в структуре радиоэфира. Зависимость типа рекламы от формата радиостанции	<i>развивающее обучение</i>	6
6	Типы радиорекламы	<i>развивающее обучение</i>	18
	Итого по курсу		72
	в том числе интерактивное обучение*		

3.2.Образовательные технологии при проведении практических занятий (лабораторных работ)

№	Тема занятия	Виды применяемых образовательных технологий	Кол. час
1.	Типы радиорекламы	<i>аудиовизуальная технология</i>	6
	Итого по курсу		6
	в том числе интерактивное обучение*		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Реализация учебной дисциплины осуществляется в аудитории на Димитрова, 200.

1. Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов);
2. технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО);
3. демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов).

4.2. Перечень необходимого программного обеспечения

- Операционная система MicrosoftWindows 10 (контракт №102-АЭФ/2015 от 05.08.2015, корпоративная лицензия);
- Пакет программ MicrosoftOfficeProfessionalPlus (контракт №102-АЭФ/2015 от 05.08.2015, корпоративная лицензия);

- Антивирусное программное обеспечение: ESET NOD32 SmartSecurityBusinessEditionrenewalfor 1790 user (контракт № 103-АЭФ/2015 от 29.07.2015);
- Система автоматизированного проектирования (САПР) AutoCad (2014) (данное программное обеспечение фирмой Autodesk распространяется бесплатно для учебных учреждений);
- Векторный графический редактор CorelCorelDRAWGraphicsSuiteX7 EducationLic (5-50)(LCCDGSX7MULA2) (контракт №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014, бессрочно);
- Многофункциональный графический редактор AdobeCLPPhotoshopExtendedCS6 13 MultiplePlatformsRussianAOOLicenseCLPLevel 2 (50,000 - 99,999) AcademicEdition (контракт 114-ОАЭФ/2012 от 27.09.2012, бессрочно);
- GIMP – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- 7-zipGNULesserGeneralPublicLicense (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Интернет браузерGoogleChrome(бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- K-LiteCodecPack — универсальный набор кодеков (кодировщиков-декодировщиков) и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- WinDjView – программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- FoxitReader — прикладное программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. 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.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 552 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — Электронный ресурс.. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF.

5.2. Дополнительная литература

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>. — Загл. с экрана.
2. Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. С. Бернадская. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 135 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436693&sr=1.

5.3. Периодические издания

1. Журнал «Новости рекламы»
2. Электронная библиотека "Издательского дома "Гребенников" (www.grebennikon.ru);
3. Базы данных компании «Ист Вью» (<http://dlib.eastview.com>).

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Министерство образования и науки Российской Федерации (<http://минобрнауки.рф/>);
2. Федеральный портал "Российское образование" (<http://www.edu.ru/>);
3. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" (<http://window.edu.ru/>);
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://school-collection.edu.ru/>);
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
6. Образовательный портал "Учеба" (<http://www.ucheba.com/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" (<https://pushkininstitute.ru/>);

8. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>);
9. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф/>);
10. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>).
11. Справочно-информационный портал "Русский язык" (<http://gramota.ru/>);
12. Служба тематических толковых словарей (<http://www.glossary.ru/>);
13. Словари и энциклопедии (<http://dic.academic.ru/>);
14. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети)

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания изложены в пособии Кожановой В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1.	Форматы радиостанций	ОК 1 ОК 5	Опрос
2.	Структура радиозфира	ОК 1 ОК 5	Опрос
3.	Информационное вещание на радио	ОК 1 ОК 5	Опрос

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
		ОК 9	
4.	Развлекательное вещание	ОК 1 ОК 5 ОК 9	Опрос
5.	Реклама в структуре радиоэфира. Зависимость типа рекламы от формата радиостанции	ОК 1 ОК 2 ОК 5 ОК 9 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1	Опрос
6.	Информационное вещание на радио	ОК 1 ОК 5 ОК 9	Опрос

7.2. Критерии оценки знаний

Зачет проводится в устной форме и включает подготовку портфолио с творческими работами.

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,

оценку «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 зачете;

– 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.

7.3. Оценочные средств для проведения текущей аттестации

Форма аттестаци и	Знания	Умения	Практический опыт (владение)	Личные качества обучающегося	Примеры оценочных средств
----------------------	--------	--------	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

Зачет	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Основы работы в сфере рекламы Основы медиапланирования в сфере рекламной деятельности	Навыками и подходами к самостоятельной деятельности в сфере рекламного медиапланирования на радио	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Основные принципы действия современных информационных технологий	Иметь представление рекламных и радиоданных жанрах	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
	Использовать информационные – коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Принципы работы над радиоданными продуктами	Иметь системное представление о психологических концепциях личности и соотносить их с личностью ведущего	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Принципы действия механизмов создания и доведения до целевых групп информационных посланий	Овладеть навыками грамотного построения текста для контакта с аудиторией	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
	Осуществлять поиск рекламных идей	Методы конструирования и управления информацией	Знаниями в области теории рекламы, владеть навыком совмещать	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания

	нными потоками	междисциплина рные знания		
Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Основы художественного конструирования области разработки рекламного продукта	Иметь представление о радийном образе.	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
Разрабатывать авторские рекламные проекты	Особенности производства и функционирования радиорекламы	Навыками создания рекламных теле-, радиопроductов	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
Составлять и оформлять рекламные объявления	Жанровую палитру аудиальных произведений журналистики	Навыками редактирования аудиопроductии	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Особенности технологического и творческого процесса создания на радио рекламных программ	Практическими навыками психолингвистического анализа и создания эффективного рекламного текста, речевыми средствами организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ.	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка	Специфику радиорежиссуры создания рекламного продукта радио	Теоретическими психологическими знаниями и практическими навыками, касающимися объекта научных исследований	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания

7.4. Оценочные средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация

Форма аттестации	Знания	Умения	Практический опыт (владение)	Личные качества обучающегося	Примеры оценочных средств
Зачет	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Основы работы в сфере рекламы Азы медиапланирования в сфере рекламной деятельности	Навыками и подходами к самостоятельной деятельности в сфере рекламного медиапланирования на радио	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Основные принципы действия современных информационных технологий	Иметь представление рекламных и радиийных жанрах	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
	Использовать информационные – коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Принципы работы над радиийными продуктами	Иметь системное представление о психологических концепциях личности и соотносить их с личностью ведущего	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Принципы действия механизмов создания и доведения до целевых групп информационных посланий	Овладеть навыками грамотного построения текста для контакта с аудиторией	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
	Осуществлять поиск рекламных идей	Методы конструирования и управления	Знаниями в области теории рекламы, владеть навыком	Ответственность Креативность Творческое мышление	Презентация практического задания

	информационными потоками	совмещать междисциплинарные знания	Усердие	
Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Основы художественного конструирования области разработки рекламного продукта	Иметь представление о радиийном образе.	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
Разрабатывать авторские рекламные проекты	Особенности производства и функционирования радиорекламы	Навыками создания рекламных теле-, радиопроductов	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
Составлять и оформлять рекламные объявления	Жанровую палитру аудиальных произведений журналистики	Навыками редактирования аудиопроductии.	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Особенности технологического и творческого процесса создания на радио рекламных программ	Практическими навыками психолингвистического анализа и создания эффективного рекламного текста, речевыми средствами организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ.	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания
Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка	Специфику радиорежиссуры создания рекламного продукта радио	Теоретическими психологическими знаниями и практическими навыками, касающимися объекта научных исследований	Ответственность Креативность Творческое мышление Усердие	Презентация практического задания

7.4.1. Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации (экзамен, зачет, диф. зачет)

1. Радиостанция какого формата может пустить в ротацию данный ролик?

2. Каковы характеристики пакетной продаж для данного рекламного ролика?
3. Чем обусловлен выбор формата рекламного радиоролика?
4. Чем обусловлено соответствие составляющих предоставленного материала?
5. Чем обусловлен хронометраж?
6. На каком основании подобрано МШО?
7. Каковы характеристики пакетной продаж для данного рекламного ролика?

7.4.2. Примерные экзаменационные задачи на экзамен/диф зачет

1. Подготовить пакет практических заданий с заданными параметрами. Практическое задание основано на разработке и монтаже рекламного радиоролика с заданными параметрами (жанр, тема, хронометраж). Каждое практическое задание определяется индивидуально.

8. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложение 1. Краткий конспект лекционных занятий

Звуковая волна

Любой человек, который учился в школе знает, что "Звук - это волна". Но при попытке объяснить, что же из себя представляет эта волна, на ум приходит пример с веревкой или волнами на поверхности воды. Так что же представляет из себя звук?

Любой предмет, совершающий возвратно-поступательные движения (камертон, струна рояля или гитары, наши голосовые связки и т.д.), вызывает в воздухе попеременное уменьшение или увеличение плотности. Движения одних молекул воздуха передаются другим молекулам, в результате чего в пространстве распространяются периодически повторяющиеся зоны увеличения и уменьшения плотности. Они-то и представляют из себя звуковую волну. Если мы в каком-то месте поставим прибор, способный реагировать на изменение плотности воздуха, запишем его показания в течение некоторого времени и составим график зависимости плотности от времени, то получим кривую, близкую к синусоиде. Именно такие колебания и улавливаются нашим ухом, в результате чего мы получаем ощущение звука

Частота, длина, амплитуда и фаза звуковой волны

Количество колебаний воздуха в секунду называется частотой звука. Волны с разной частотой воспринимаются нами как звук разной высоты: волны с малой частотой воспринимаются как низкие, басовые звуки, а волны с большой частотой - как высокие. Частота измеряется в Герцах (Гц): $1 \text{ Гц} = 1 \text{ колебание в секунду}$; или килогерцах (кГц): $1 \text{ кГц} = 1000 \text{ Гц}$. Большинство людей от 18 до 25 лет реально способны слышать колебания воздуха с частотой от 20 до 20000 Герц (с возрастом верхняя граница восприятия уменьшается). Именно этот диапазон волн называется звуковым диапазоном. Частота волны обратно пропорциональна длине волны.

Амплитудой звуковой волны называется разница между самым высоким и самым низким значением плотности, проще говоря, это разница между самым высоким пиком и самым низким "провалом" волны. На графике амплитуде будет соответствовать разница между самой высокой и самой низкой точкой изображения волны.

(!) Наши уши устроены таким образом, что когда мы слышим два звука, частоты которых относятся как 2:1, то нам кажется, что эти звуки близки друг к другу и при одновременном воспроизведении они для нас как бы сливаются. Именно на этом эффекте основана музыкальная шкала высоты звуков, у которой одна и та же нота повторяется каждую октаву. То есть в натуральном звукоряде частоты одинаковых нот соседних октав соотносятся между собой как 2:1.

И с помощью нехитрой математической операции можно вычислять частоту любой ноты, памятуя, что нота Ля первой октавы имеет частоту 440 Гц.

Уровень и громкость звука

Любая звуковая волна, которая распространяется в пространстве, может оказывать на встречающиеся препятствия (в том числе и на наши барабанные перепонки) некое давление. Мы субъективно воспринимаем изменение давления звуковых волн в виде ощущения изменения громкости звука. В акустике, при оценке интенсивности звуковых волн часто применяется понятие - сила звука. Звуковое давление и сила звука находятся в квадратичной зависимости. То есть, $\text{сила звука} = \text{звуковое давление в квадрате}$. Сила звука описывает энергетические свойства самой.

Для того, чтобы мы смогли услышать тот или иной звук, его сила должна быть больше определенного уровня. Этот уровень называется порогом слышимости. То есть, если звуковая волна имеет малую интенсивность - ниже этого порога, мы просто не воспринимаем ее, и нам кажется, что вокруг стоит полная тишина, хотя на самом деле воздух вокруг колеблется.

Точно также дело обстоит и со звуками большой интенсивности - мы слышим звук только до определенного уровня, который называется болевым порогом. Если сила звука больше этого уровня, то мы испытываем боль в ушах. Разница между уровнями болевого порога и порога слышимости называется динамическим диапазоном слуха. Мы способны воспринимать изменения силы звука в огромных пределах: сила звука болевого порога превосходит силу звука порога слышимости в тысячу раз!

Громкость

Наше ощущение громкости во многом зависит от частоты звука. Высокие и низкие звуки, имеющие одинаковый уровень, субъективно воспринимаются нами как звуки разной громкости. А значение уровня звука и субъективно слышимой громкости совпадают только на частоте 1000 Гц. На основании исследований человеческого слуха были построены графики, которые известны каждому звукорежиссеру как кривые равной громкости. На них изображены линии, которые соответствуют одинаково воспринимаемой громкости на разных частотах. Мы гораздо лучше слышим на средних частотах, а на низких и высоких - чувствительность слуха притупляется.

Реверберация помещения

В любом помещении волны от источника звука распространяются во всех направлениях и многократно отражаются от стен и других препятствий. Отраженные волны создают характерный гул, который называется реверберацией. Реверберация способна довольно сильно изменить тембр источника звука. Причем, с музыкальной точки зрения реверберация в одних помещениях может украшать звучание, а в других - портить. Зависит это от отражающих свойств поверхностей из которых изготовлены стены.

Например, в спортивном зале с бетонными стенами реверберация имеет очень резкий и неприятный характер. Отражаясь от таких стен звуковые волны создают рассеянное эхо с сильным "свистящим" призвуком. Комнаты с деревянными поверхностями имеют очень приятную на слух, "мягкую" и "теплую" реверберацию - неслучайно в студиях звукозаписи очень часто стены обшиваются именно этим материалом.

Преобразование звуковых волн в электрический сигнал

Сейчас существует два основных способа записи звука: аналоговый и цифровой. Но для того, чтобы записать звук на какой-нибудь носитель (например, магнитофонную кассету), его нужно преобразовать в электрический сигнал.

Это делается с помощью микрофона. Самые простые микрофоны имеют мембрану, которая колеблется под воздействием звуковых волн. К мембране присоединена катушка, перемещающаяся синхронно с мембраной в магнитном поле и в катушке возникает переменный электрический ток. Изменения напряжения тока точно отражают звуковые волны.

Переменный электрический ток, который появляется на выходе микрофона, называется аналоговым сигналом. Слово "аналоговый", применительно к электрическому сигналу, обозначает, что этот сигнал непрерывен по времени и амплитуде. Он точно отражает форму звуковой волны, которая распространяется в воздухе.

Моно и стерео запись звука

Примерно до середины шестидесятых годов звук записывался на магнитофон при помощи одного микрофона, а воспроизводился с помощью одной колонки. Такой метод записи и воспроизведения - монофонический или моно - был хорош всем, кроме одного: в фонограмме отсутствовало привычное для нас пространственное звучание.

Сейчас стандартом является стерео запись и стерео воспроизведение фонограмм. В самом простом случае запись производится с двух широко расставленных микрофонов на два независимых канала магнитофона. То есть как бы имитируется процесс восприятия звука нашим слуховым аппаратом. При воспроизведении этой фонограммы через две широко расставленные колонки пространственная картина восстанавливается, при этом мы получаем гораздо лучшую детализацию. Наш слух получает более привычную звуковую картину, чем при моно записи.

Передаваемая в стерео фонограмме пространственная "картинка" называется стереопанорамой. В панораме можно четко выделить три положения: левое, правое и центр. Звук, находящийся в центре, будет одинаково громко воспроизводиться из двух колонок. Звуки, находящиеся в левом и правом крайних положениях, будут слышны только в одной из колонок. Все остальные положения в панораме будут воспроизводиться соответственно.

Последнее время набирает обороты новая система пространственного представления звука, которая называется 3D Sound [три-дэ саунд] (трехмерный звук). Для воспроизведения трехмерного звука используется система, состоящая из четырех колонок (две фронтальные и две тыловые), которое имитирует реальное поле слуха человека. Такая система воспроизведения звука будет очень полезна для сопровождения кинофильмов и компьютерных игр, где ее потенциал может быть раскрыт полностью.

ХАРАКТЕРИСТИКИ МИКРОФОНОВ

Микрофоны различаются:

- по принципу преобразования звуковой энергии в электрическую (механо-электрические характеристики);
- по принципу воздействия звука на диафрагму (механо-акустические характеристики);
- по принципу зависимости выходного сигнала от пространственной ориентации (характеристики направленности);
- по принципу включения в звуковой тракт (коммутационные характеристики).

Параметры микрофонов охватывают ряд характеристик, как правило, отраженных в их технической документации. Это, прежде всего, номинальный диапазон частот, в котором сигнал на выходе микрофона может быть зарегистрирован. Чем он шире, тем выше класс микрофона.

Чувствительность микрофона - это отношение выходного напряжения к звуковому давлению. Стандартный уровень чувствительности выражается в децибелах (дБ) и отражает уровень мощности, развиваемой микрофоном в номинальную нагрузку при давлении в 1 Паскаль. При этом чем меньше сопротивление нагрузки (и, стало быть, выходное сопротивление микрофона), тем выше уровень чувствительности микрофона.

Динамический диапазон микрофона - это разность между двумя предыдущими параметрами. Не нормируется и не указывается в документации такой параметр, как отношение сигнал/ шум. Но на практике его вычисляют, вычитая из уровня 94 дБ значение уровня собственных шумов микрофона.

Техническая документация на микрофоны может содержать и дополнительные параметры. Это зависит от производителя. Но паспорт профессионального микрофона должен содержать графики его испытаний - кривые частотной характеристики и характеристики направленности.

9. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Порядок обучения инвалидов и студентов с ограниченными возможностями определен Положением КубГУ «Об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья»

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены образовательные технологии, учитывающие особенности и состояние здоровья таких лиц.

РЕЦЕНЗИЯ

На рабочую программу дисциплины **ОП.12 Реклама на радио**
по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама.

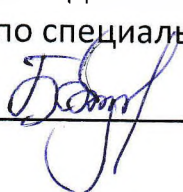
Основные требования к знаниям и умениям студентов, сформулированные в рабочей программе соответствуют содержанию учебного материала, в котором нашли отражение основные понятия и определения изучаемой дисциплины.

Оптимальное сочетание теоретических и практических занятий обеспечивает реализацию цели дисциплины. При составлении рабочей программы определены междисциплинарные связи, обращено внимание на разнообразие видов занятий, видов и форм контроля знаний и умений студентов.

Рассмотрев содержание рабочей программы учебной дисциплины считаю: содержание рабочей программы соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту в части выполнения требований, предъявляемых к уровню профессиональной подготовки студентов; в программе определены цели и задачи, направленные на освоение основного вида профессиональной деятельности и соответствующих профессиональных компетенций. Программа учебной дисциплины рекомендуется к использованию в учебном процессе среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

Заключение: Рабочая программа **ОП.12 Реклама на радио** может быть использована для обеспечения профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01. Реклама.

Рецензент



Елена Ивановна Булюктова
специалист по рекламе
ООО « Кедр»
г.Краснодар