Аннотация
по дисциплине Б1.В.ДВ.07.01 «Реклама на радио и телевидении»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 24,2 часа аудиторной нагрузки: лабораторных занятий - 24 ч., 11,8 часов самостоятельной работы, ИКР – 0,2).*

Цель дисциплины: Сформировать у студентов комплекс знаний, умений и навыков, необходимых для разработки 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 и социально-психологическое воздействие рекламы.

Задачи дисциплины:

- сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта, предназначенного для размещения в электронных СМИ;
- сформировать базовые навыки разработки концепций рекламного обращения на радио и телевидении;
- ознакомить со средствами коммуникативного воздействия, с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, предназначенного для размещения на радио и телевидении.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО: Дисциплина «Реклама на радио и телевидении» относится к вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Для изучения данного курса в качестве входных знаний студенты должны иметь представление о рекламе как о составляющей журналистики (предшествующие дисциплины «Введение в профессию», «Основы теории журналистики», «Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности», и последующие дисциплины: «Инновационные технологии в рекламе»).

.

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

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

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	**уметь**	**владеть**
ПК-2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	основные виды редактирования телетекста в аспекте разработки рекламного продукта	редактировать рекламные теле-, радиотексты, разрабатывая медийные проекты повышенной сложности	навыками редактирования рекламной теле-, радиопродукции
ПК-3	готовностью осуществлять организационные,	организационные, координационн	разрабатывать рекламные медийные	навыками разработки разнообразных

	координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	ые, контролирующие обязанности, текущее планирование в сфере теле-, радиорекламы.	проекты в соответствии со стратегиями развития телевидения и радиовещания	рекламных медийных проектов на радио и телевидении.
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	современные принципы и методы разработки рекламного теле-, радиопроекта	создавать рекламный продукт с учетом знания особенностей теории медиапроектирования и медиамоделирования.	навыками разработки рекламного теле-, радиопродукта с учетом современных принципов медиапроектирования и медиамоделирования

Основные разделы (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре:

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Создание рекламного продукта на радио и телевидении: разработка концепции идеи и поиск креативного решения.	11	-	-	8	3
2.	Работа над литературным и режиссерским сценариями рекламного ролика.	11	-	-	8	3
3.	Производство рекламного продукта на радио и телевидении: технологические стадии, их особенности.	9,8	-	-	6	3,8
	Итоговое занятие. Зачет	4	-	-	2	2
	Итого по дисциплине:		**-**	**-**	**24**	**11,8**

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

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.
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 .
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.

Автор РПД: к.ф.н., доц. Мальцева И.А.