

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

**1.1 Цель освоения дисциплины** – основной целью дисциплины является овладение теоретическими и практическими навыками разработки, планирования и подготовки к выпуску рекламного и ПР-продукта.

### 1.2 Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины Б1.О.10.02 «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта»:

- овладение практическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;
- понимание процессов, связанных с проектированием, выпуском рекламных ПР-продуктов;
- знакомство со спецификой разработки, планирования и выпуска рекламного и ПР-продукта;
- овладение практическими навыками разработки, планирования и выпуска рекламного и ПР-продукта.

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

Дисциплина Б1.О.10.02 «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

### 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 *универсальных/общепрофессиональных/профессиональных компетенций (УК/ОПК/ПК)*

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
1.	ПК-1 – способен разрабатывать и планировать маркетинговые стратегии организации, способствующие увеличению продаж СМИ	знает основы маркетинга и маркетинговых исследований;	умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации;	владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.
2.	ПК-2 – способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	знает особенности продвижения продукции СМИ;	умеет осуществлять контроль и оценку эффективности и результатов продвижения продукции СМИ;	владеет навыками контроля и оценки эффективности и результатов продвижения продукции СМИ.

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
3.	ПК-3 – способен организовать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере	знает специфику создания и редактирования контента сайта;	умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта;	владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта.

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зач.ед. (252 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ЗФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		5	6		
<b>Контактная работа, в том числе:</b>	<b>14,4</b>				
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>					
Занятия лекционного типа	4	4	-	-	-
Лабораторные занятия	4	2	2	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	8	6		-	-
<b>Иная контактная работа:</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>		
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2	0,2		
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>	<b>230</b>	<b>128</b>	<b>102</b>		
<i>Курсовая работа – не предусмотрено</i>	-	-	-	-	-
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	50	30	20	-	-
<i>Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой</i>	50	30	20		
<i>Подготовка к практическим занятиям</i>	2	2	-		
<i>Подготовка к лабораторным занятиям</i>	1	1	-		
<i>Создание презентации (не менее 15 слайдов)</i>	20	10	10	-	-
<i>Подготовка и написание реферата</i>	40	20	20	-	-
<i>Выполнение расчетно-графического задания</i>	60	35	25		
Подготовка к текущему контролю	7	-	7	-	-
<b>Контроль (зачет):</b>	<b>7,6</b>	<b>3,8</b>	<b>3,8</b>		
		<b>3,8</b>			
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>	<b>252</b>	<b>144</b>	<b>108</b>	<b>-</b>
	<b>в том числе контактная работа</b>	<b>14,4</b>			
	<b>зач. ед</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	

### 2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре (заочная форма).

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Особенности создания рекламной и ПР-продукции	17	1			16
2.	Типология рекламной и ПР-продукции	17		1		16
3.	Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора	18	1		1	16
4.	Контент рекламной и ПР-продукции	17		1		16
5.	Графическое оформление и дизайн рекламной и ПР-продукции	18	1	1		16
6.	Изготовление рекламной и ПР-продукции	17		1		16
7.	Продвижение и рекламной и ПР-продукции	18	1	1		16
8.	Распространение рекламной и ПР-продукции	18		1	1	16
	<b>Итого:</b>	4 з.е. 144 ч.	4	6	2	128

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

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (заочная форма).

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	12				12
2.	Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	13				13

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
3.	Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ	14		1		13
4.	Оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	14			1	13
5.	Организация работы по созданию и управлению сайтом	14		1		13
6.	Создание контента сайта	14			1	13
7.	Редактирование контента сайта	13				13
8.	Контроль за работой по поддержке, обслуживанию и контент-наполнению сайта	12				12
Контроль (зачет)		3,8				
<b>Итого:</b>		3 з.е. 108	-	2	2	102 (+0,2 ИКР)

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

## 2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Особенности создания рекламной продукции	Понятие рекламной продукции. Услуги в области разработки стратегии рекламной продукции. Услуги в области размещения рекламы в средствах распространения.	Проработка учебного (теоретического) материала
2.	Особенности создания ПР-продукции	Понятие ПР-продукции. Услуги в области разработки стратегии ПР-продукции. Услуги в области размещения ПР-продукции в средствах распространения.	Проработка учебного (теоретического) материала
3.	Типология рекламной продукции	Типологические особенности рекламной продукции. Телевизионная реклама. Рекламные кино- и видеоматериалы. Рекламные аудиоролики и музыкальные логотипы.	Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой

		Адаптация зарубежной рекламной теле и радио-продукции с учетом российской специфики. Газетно-журнальная реклама. Наружная реклама. Транзитная реклама. Полиграфическая рекламная. Интернет-реклама. Рекламные сувениры. Продукция для оформления мест продаж.	
4.	Типология продукции ПР-	Типологические особенности ПР-продукции. Телевизионные эфиры. ПР- кино- и видеоматериалы. Участие в радио-проектах и аудио-эфирах. Позиционирование в газетах и журналах. Полиграфическая ПР-продукция. Сувенирная продукция. Позиционирование в Интернет.	Проработка учебного (теоретического) материала
5.	Разработка брифа, составление бюджета.	Особенности подготовки брифа на производство рекламной и ПР-продукции. Бюджетирование рекламного и ПР-производства. Особенности подготовки и составления договоров на оказание услуг и производство рекламной и ПР-продукции.	Проработка учебного (теоретического) материала
6.	Составление и подписание договора	. Особенности подготовки и составления договоров на оказание услуг и производство рекламной и ПР-продукции	Проработка учебного (теоретического) материала
7.	Контент рекламной продукции	Копирайтинг в сфере производства рекламной продукции. Визуальный контент при производстве рекламной продукции.	Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой
8.	Контент продукции ПР-	Копирайтинг в сфере производства ПР-продукции. Визуальный контент при производстве ПР-продукции.	Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой
9.	Графическое оформление и дизайн рекламной продукции	Художественно-графическое оформление рекламной продукции. Дизайн рекламной продукции.	Проработка учебного (теоретического) материала
10.	Графическое оформление и дизайн продукции ПР-	Художественно-графическое оформление ПР-продукции. Дизайн ПР-продукции.	Проработка учебного (теоретического) материала
11.	Изготовление рекламной продукции	Особенности производства рекламной и ПР-продукции. Производство печатных материалов. Производство продукции для размещения в сети интернет. Производство теле и радио материалов.	Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой
12.	Изготовление продукции ПР-	Особенности производства рекламной и ПР-продукции. Производство печатных материалов. Производство продукции для размещения в сети интернет. Производство теле и радио материалов.	Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой

13	Продвижение рекламной продукции	Продвижение рекламной продукции. Интернет-реклама. Реклама в СМИ. Работа с целевыми группами.	Проработка учебного (теоретического) материала
14	Продвижение ПР-продукции	Продвижение ПР-продукции. Специальные мероприятия. Интернет-позиционирование. Позиционирование в СМИ. Работа с целевыми группами.	Проработка учебного (теоретического) материала
15	Распространение рекламной продукции	Виды распространения рекламной продукции. Электронные и печатные СМИ. Социальные сети. Рекламные агентства. Лифлетинг. Выставки и ярмарки. Почтовые рассылки.	Проработка учебного (теоретического) материала
16	Распространение ПР-продукции	Виды распространения ПР-продукции. Электронные и печатные СМИ. Социальные сети. ПР-агентства. Лифлетинг. Выставки и ярмарки. Почтовые рассылки.	Проработка учебного (теоретического) материала

### 2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Особенности создания рекламной продукции	Понятие рекламной продукции. Услуги в области разработки стратегии рекламной -продукции. Услуги в области размещения рекламы в средствах распространения.	Реферат
2.	Особенности создания ПР-продукции	Понятие ПР-продукции. Услуги в области разработки стратегии ПР-продукции. Услуги в области размещения ПР-продукции в средствах распространения.	Реферат
3.	Типология рекламной продукции	Типологические особенности рекламной продукции. Телевизионная реклама. Рекламные кино- и видеоматериалы. Рекламные аудиоролики и музыкальные логотипы. Адаптация зарубежной рекламной теле и радио-продукции с учетом российской специфики. Газетно-журнальная реклама. Наружная реклама. Транзитная реклама. Полиграфическая рекламная. Интернет-реклама. Рекламные сувениры. Продукция для оформления мест продаж.	Реферат
4.	Типология ПР-продукции	Типологические особенности ПР-продукции. Телевизионные эфиры. ПР- кино- и видеоматериалы. Участие в радио-проектах и аудио-эфирах. Позиционирование в газетах и журналах. Полиграфическая ПР-продукция. Сувенирная продукция. Позиционирование в Интернет.	Реферат
5.	Разработка брифа, составление бюджета.	Особенности подготовки брифа на производство рекламной и ПР-продукции. Бюджетирование рекламного и ПР-производства. Особенности	Реферат

		подготовки и составления договоров на оказание услуг и производство рекламной и ПР-продукции.	
6.	Составление и подписание договора	. Особенности подготовки и составления договоров на оказание услуг и производство рекламной и ПР-продукции	Реферат
7.	Контент рекламной продукции	Копирайтинг в сфере производства рекламной продукции. Визуальный контент при производстве рекламной продукции.	Реферат
8.	Контент ПР-продукции	Копирайтинг в сфере производства ПР-продукции. Визуальный контент при производстве ПР-продукции.	Реферат
9.	Графическое оформление и дизайн рекламной продукции	Художественно-графическое оформление рекламной продукции. Дизайн рекламной продукции.	Реферат
10.	Графическое оформление и дизайн ПР-продукции	Художественно-графическое оформление ПР-продукции. Дизайн ПР-продукции.	Реферат
11.	Изготовление рекламной продукции	Особенности производства рекламной и ПР-продукции. Производство печатных материалов. Производство продукции для размещения в сети интернет. Производство теле и радио материалов.	Реферат
12.	Изготовление ПР-продукции	Особенности производства рекламной и ПР-продукции. Производство печатных материалов. Производство продукции для размещения в сети интернет. Производство теле и радио материалов.	Реферат
13.	Продвижение рекламной продукции	Продвижение рекламной продукции. Интернет-реклама. Реклама в СМИ. Работа с целевыми группами.	Реферат
14.	Продвижение ПР-продукции	Продвижение ПР-продукции. Специальные мероприятия. Интернет-позиционирование. Позиционирование в СМИ. Работа с целевыми группами.	Реферат
15.	Распространение рекламной продукции	Виды распространения рекламной продукции. Электронные и печатные СМИ. Социальные сети. Рекламные агентства. Лифлетинг. Выставки и ярмарки. Почтовые рассылки.	Реферат
16.	Распространение ПР-продукции	Виды распространения ПР-продукции. Электронные и печатные СМИ. Социальные сети. ПР-агентства. Лифлетинг. Выставки и ярмарки. Почтовые рассылки.	Реферат
17.	Современное состояние рекламной продукции	Современное состояние рекламной продукции компаний Краснодарского края.	Реферат

18.	Современное состояние продукции	PP-	Современное состояние PP-продукции компаний Краснодарского края.	Реферат
-----	---------------------------------	-----	--	---------

### 2.3.3 Лабораторные занятия

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Особенности создания рекламной продукции Задание: Проанализировать производственные процессы рекламной продукции, подготовить реферат по теме.	Реферат
2.	Особенности создания PP-продукции Задание: Проанализировать производственные процессы PP-продукции, подготовить реферат по теме.	Реферат
3.	Типология PP-продукции Задание: Изучить типологические особенности PP-продукции, подготовить реферат по теме.	Реферат
4.	Типология рекламной продукции Задание: Изучить типологические особенности рекламной продукции, подготовить реферат по теме.	Отчет по лабораторной работе
5.	Разработка брифа на производство рекламной продукции. Задание: Разработать бриф на производство рекламной продукции.	Отчет по лабораторной работе
6.	Бюджетирование производства PP-продукции. Задание: Составить калькуляцию расходов на производство PP-продукции.	Отчет по лабораторной работе
7.	Договор на изготовление рекламной продукции: особенности составления и подписания. Задание: Составить на основании исходных данных договор на изготовление рекламной продукции.	Отчет по лабораторной работе
8.	Контент-наполнение PP-продукции. Печатные материалы. Задание: Подготовить контент-наполнения для печатной PP-продукции	Отчет по лабораторной работе
9.	Контент-наполнение рекламной продукции. Видео материалы. Задание: Подготовить контент-наполнение для видео рекламной продукции.	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
10.	Контент-наполнение рекламной продукции. Аудио материалы. Задание: Подготовить контент-наполнение для аудио рекламной продукции.	Отчет по лабораторной работе



11.	<p>Контент-наполнение ПР-продукции. Интернет-материалы.</p> <p>Задание: Подготовить контент-наполнение для ПР-продукции, размещаемой в сети Интернет.</p>	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
12.	<p>Контент-наполнение рекламной продукции. Интернет-материалы.</p> <p>Задание: Подготовить контент-наполнение для рекламной продукции, размещаемой в сети Интернет.</p>	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
13.	<p>Графическое оформление и дизайн рекламной продукции. Печатная реклама.</p> <p>Задание: Подготовить дизайн печатной рекламной продукции.</p>	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
14.	<p>Графическое оформление и дизайн печатной ПР-продукции.</p> <p>Задание: Подготовить дизайн печатной ПР-продукции.</p>	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
15.	<p>Графическое оформление и монтаж видео рекламной продукции.</p> <p>Задание: Подготовить видео рекламную продукцию. Графическое оформление и монтаж видео ПР-продукции.</p> <p>Задание: Подготовить видео ПР-продукцию.</p>	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
16.	<p>Графическое оформление и монтаж аудио рекламной продукции.</p> <p>Задание: Подготовить аудио рекламную продукцию.</p>	Отчет по лабораторной работе
17.	<p>Графическое оформление и монтаж Интернет-рекламной продукции.</p> <p>Задание: Подготовить Интернет-рекламную продукцию (интернет-баннер, письмо e-mail рассылки, рекламный пост для социальных сетей).</p>	Отчет по лабораторной работе
18.	<p>Изготовление рекламной и ПР-продукции</p> <p>Задание: Изучить особенности изготовления рекламной и ПР-продукции. Подготовить реферат на одну из предложенных тем.</p>	Реферат
19.	<p>Продвижение и рекламной и ПР-продукции</p> <p>Задание: Изучить особенности продвижения рекламной и ПР-продукции. Подготовить доклад. Распространение рекламной и ПР-продукции</p> <p>Задание: Изучить ЦА, выбрать наиболее эффективный способ распространения рекламной и ПР-продукции, обосновать свой выбор.</p>	Отчет по лабораторной работе
20.	<p>Специфика продаж рекламы в СМИ</p> <p>Задание: Изучить особенности продаж рекламы в СМИ. Подготовить доклад о специфике продаж рекламы в одном из СМИ Краснодарского края.</p>	Отчет по лабораторной работе, презентация

21.	<p>Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж радио СМИ</p> <p>Задание: Разработать маркетинговую стратегию радио СМИ, способствующую увеличению продаж радио Краснодарского края</p>	Отчет по лабораторной работе
22.	<p>Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ</p> <p>Задание: На основании маркетинговой стратегии составить план мероприятий по увеличению продаж телевизионного СМИ Краснодарского края</p>	Отчет по лабораторной работе
23.	<p>Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> <p>Задание: Провести анализ эффективности результатов продвижения продукции печатного СМИ Краснодарского края</p>	Отчет по лабораторной работе
24.	<p>Организация работы по созданию и управлению сайтом</p> <p>Задание: составить план работ по созданию и управлению сайтом организации (на выбор)</p>	Отчет по лабораторной работе
25.	<p>Создание контента сайта</p> <p>Задание: Разработать текстовое контент-наполнение сайта</p> <p>Редактирование контента сайта</p> <p>Задание: Отредактировать Интернет-текст</p> <p>Продвижение Интернет-сайта</p> <p>Задание: Разработать комплекс мероприятий по продвижению Интернет сайта, обосновать выбор форм проведения</p>	Отчет по лабораторной работе
26.	<p>Бюджетирование рекламы Интернет-сайта</p> <p>Задание: составить бюджет рекламной компании по продвижению Интернет-сайта</p>	Отчет по лабораторной работе
27.	<p>Специальные события как инструмент продвижения Интернет-сайта</p> <p>Задание: подготовить сценарный план специального события по продвижению Интернет-сайта.</p>	Отчет по лабораторной работе
28.	<p>Контроль за работой по поддержке, обслуживанию и контент-наполнению сайта</p> <p>Задание: Провести анализ эффективности поддержки, обслуживания и контент-наполнения сайта (на выбор)</p>	Отчет по лабораторной работе

29.	<p>Социальные сети как инструмент продвижения краевых СМИ</p> <p>Задание: Провести анализ страниц в социальных сетях СМИ Краснодарского края (на выбор).</p> <p>Задание: Провести анализ эффективности работы сайта СМИ Краснодарского края.</p>	Отчет по лабораторной работе
30.	<p>Таргетированная реклама как инструмент продвижения сайта</p> <p>Задание: разработать таргетированную рекламную кампанию по продвижению сайта.</p>	Отчет по лабораторной работе
31.	<p>Яндекс Директ как инструмент продвижения сайта на российском рынке</p> <p>Задание: разработать рекламную кампанию в Яндекс Директ по продвижению сайта.</p> <p>Google AdWords как инструмент продвижения сайта на рынке</p> <p>Задание: разработать рекламную кампанию в Google AdWords по продвижению сайта.</p>	Отчет по лабораторной работе
32.	<p>Экспертный анализ рекламы (на примере конкретного товара)</p> <p>Задание: провести экспертный анализ рекламы на примере конкретного товара (на выбор)</p>	Отчет по лабораторной работе
33.	<p>Концепция социальной рекламы</p> <p>Задание: подготовить концепцию социальной рекламы на одну из предложенных тем.</p>	Отчет по лабораторной работе
34.	<p>Создание рекламного плаката торговой марки.</p> <p>Задание: разработать макет рекламного плаката торговой марки.</p>	Отчет по лабораторной работе
35.	<p>Нейминг и слоган бренда</p> <p>Задание: придумать название бренда и его слоган для одного из предложенных товаров.</p>	Отчет по лабораторной работе
36.	<p>Наружное оформление торгового предприятия</p> <p>Задание: разработать наружное оформление торгового предприятия (на выбор).</p>	Отчет по лабораторной работе
37.	<p>Изготовление ПР-материалов для государственного учреждения</p> <p>Задание: изготовить ПР-материалы для государственного учреждения (на выбор).</p>	Отчет по лабораторной работе
38.	<p>Изготовление ПР-материалов для коммерческой компании</p> <p>Задание: изготовить ПР-материалы для коммерческой компании (на выбор).</p>	Отчет по лабораторной работе

39.	Изготовление рекламных материалов для компании.  Задание: изготовить рекламные материалы для компании (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
40.	Разработка композиции рекламного продукта.  Задание: разработать композицию рекламного продукта в электронном варианте (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
41.	Бренд-бук компании как единство цвета, шрифта и стиля.  Задание: провести анализ рекламных материалов на соответствие бренд-буку компании.	Отчет по лабораторной работе
42.	Оценка эффективности наружной рекламы (на выбор).  Задание: провести анализ эффективности рекламной компании с использованием наружной рекламы (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
43.	Изготовление рекламного макета согласно выданному заданию.  Задание: изготовить рекламный макет для размещения в газете/журнале согласно заданных параметров товара (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
44.	Особенности рекламных продуктов интернет-рекламы.  Задание: проанализировать образцы рекламной продукции интернет рекламы (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
45.	Особенности рекламных продуктов печатной рекламы.  Задание: провести анализ рекламной продукции печатной рекламы (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
46.	Специфика рекламы в печатных СМИ.  Задание: провести анализ рекламы в печатных СМИ Краснодарского края (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
47.	Визуальные образы в рекламе.  Задание: проанализировать визуальные образы в рекламе.	Отчет по лабораторной работе
48.	Создание коммуникативных продуктов.  Задание: изучить процесс создания коммуникативных продуктов (2 на выбор в одной товарной категории). Выявить коммуникационное и креативное решение.	Отчет по лабораторной работе
49.	Концепция позиционирования товаров и услуг на рынке  Задание: провести маркетинговое исследование позиционирования товара или услуги (на выбор) на рынке Краснодарского края.	Отчет по лабораторной работе

50.	<p>Продвижение печатного издания на рынок прессы Краснодарского края</p> <p>Задание: разработать концепцию рекламной компании по выводу на рынок прессы Краснодарского края глянцевого журнала.</p>	Отчет по лабораторной работе
51.	<p>Особенности подготовки текстов рекламных объявлений</p> <p>Задание: используя правила написания рекламных текстов, подготовить рекламное объявление о продаже товара/ оказании услуги (на выбор).</p>	Отчет по лабораторной работе
52.	<p>Разработка имиджевой продукции</p> <p>Задание: разработать макет имиджевого буклета/плаката/проспекта кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ».</p>	Отчет по лабораторной работе
53.	<p>Корпоративный стиль торгового предприятия.</p> <p>Задание: провести анализ корпоративного стиля торгового предприятия Краснодарского края (на выбор), сделать выводы, обосновать свою точку зрения.</p>	Отчет по лабораторной работе
54.	<p>Специфика оформления упаковки товара.</p> <p>Задание: разработать макет упаковки товара (на выбор).</p>	Отчет по лабораторной работе
55.	<p>Разработка дизайн-макета рекламного буклета.</p> <p>Задание: разработать дизайн-макет рекламного буклета компании (на выбор).</p>	Отчет по лабораторной работе
56.	<p>Женские образы в рекламе.</p> <p>Задание: проанализировать женские образы в телевизионной рекламе товара (на выбор). Подготовить отчет.</p>	Отчет по лабораторной работе
57.	<p>Интервью в СМИ как инструмент формирования имиджа руководителя компании/учреждения.</p> <p>Задание: проанализировать имиджевые интервью (не менее 5) в СМИ Краснодарского края (на выбор). Подготовить отчет.</p>	Отчет по лабораторной работе
58.	<p>Разработка ПР-стратегии компании</p> <p>Задание: разработать ПР-стратегию компании (на выбор): цели, задачи, анализ, целевая аудитория, инструменты, СМИ, мероприятия, технические средства связи, личные контакты.</p>	Отчет по лабораторной работе
59.	<p>ПР в малом бизнесе</p> <p>Задание: проанализировать ПР-компании малого бизнеса Краснодарского края (на выбор), выделить сильные и слабые стороны, привести примеры, подготовить отчет.</p>	Отчет по лабораторной работе

60.	<p>ПР производственной компании</p> <p>Задание: проанализировать ПР производственной компании Краснодарского края (на выбор) (СМИ, СММ, специальные события, выставки и т.д.), выявить сильные и слабые стороны, подготовить свои предложения.</p>	Отчет по лабораторной работе
61.	<p>ПР предприятия сферы услуг</p> <p>Задание: проанализировать ПР предприятия сферы услуг Краснодарского края (на выбор). Выявить достоинства и недостатки, подготовить предложения по корректировке ПР-компании.</p>	Отчет по лабораторной работе
62.	<p>ПР некоммерческой организации</p> <p>Задание: проанализировать ПР некоммерческой организации (на выбор). Оценить эффективность. Выявить специфику. Подготовить отчет.</p>	Отчет по лабораторной работе

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

### 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.	Самостоятельная проработка теоретического материала	<p>Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-7996-0741-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240310">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240310</a></p> <p>Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259176">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259176</a></p> <p>Дрешер, А.Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт / А.Р. Дрешер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00851-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293</a></p> <p>Тимофеев М. И. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. Режим доступа: <a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=472499">http://znanium.com/bookread2.php?book=472499</a></p>

2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	<p>Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-7996-0741-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240310">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240310</a></p> <p>Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259176">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259176</a></p> <p>Дрешер, А.Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт / А.Р. Дрешер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00851-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293</a></p> <p>Тимофеев М. И. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. Режим доступа: <a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=472499">http://znanium.com/bookread2.php?book=472499</a></p>
----	---	---

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

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используются такие интерактивные формы проведения занятий как коллоквиум.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты и личных кабинетов.

### 4. Оценочные и методические материалы

#### 4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «название дисциплины».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме реферата, доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, отчетов по лабораторной работе и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

### **Критерии оценивания**

**Оценка «зачтено».** Выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.

**Оценка «не зачтено».** Выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. 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

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.

### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Особенности создания рекламной и ПР-продукции	ПК-1	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 1-3
2	Типология рекламной и ПР-продукции	ПК-1	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 4-7
3	Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора	ПК-2	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 8-11
4	Контент рекламной и ПР-продукции	ПК-3	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 12-15
5	Графическое оформление и дизайн рекламной и ПР-продукции	ПК-3	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 28-30
6	Изготовление рекламной и ПР-продукции	ПК-3	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете
7	Продвижение и рекламной и ПР-продукции	ПК-2	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете
8	Распространение рекламной и ПР-продукции	ПК-2	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете

### Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
<b>ПК-1 Способен разрабатывать и планировать маркетинговые стратегии организации, способствующие увеличению продаж СМИ</b>	Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований	Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований	Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований
	Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.	Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.	Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.

	Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.	Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.	Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.
<b>ПК-2 Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ</b>	Знает особенности продвижения продукции СМИ.	Знает особенности продвижения продукции СМИ.	Знает особенности продвижения продукции СМИ.
	Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
	Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
<b>ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере</b>	Знает специфику создания и редактирования контента сайта.	Знает специфику создания и редактирования контента сайта.	Знает специфику создания и редактирования контента сайта.
	Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.	Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.	Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.
	Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта.	Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта.	Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта.

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен/зачет)**

**Вопросы для подготовки к зачету**

1. Понятие рекламной продукции, ПР-продукции.
2. Услуги в области разработки стратегии рекламой и ПР-продукции.
3. Услуги в области размещения рекламы в средствах распространения.
4. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Телевизионная реклама.
5. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Рекламные кино- и видео-материалы.
6. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Рекламные аудиоролики и музыкальные логотипы.

7. Адаптация зарубежной рекламной теле и радио- продукции с учетом российской специфики.
8. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Газетно-журнальная реклама.
9. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Наружная реклама.
10. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Транзитная реклама.
11. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Полиграфическая рекламная и ПР-продукция.
12. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Интернет-реклама.
13. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Рекламные сувениры.
14. Типологические особенности рекламной и ПР-продукции. Продукция для оформления мест продаж.
15. Особенности подготовки брифа на производство рекламной и ПР-продукции.
16. Бюджетирование рекламного и ПР-производства.
17. Особенности подготовки и составления договоров на оказание услуг и производство рекламной и ПР-продукции.
18. Копирайтинг в сфере производства рекламной и ПР-продукции.
19. Визуальный контент при производстве рекламной и ПР-продукции.
20. Художественно-графическое оформление рекламной и ПР-продукции.
21. Дизайн рекламной и ПР-продукции.
22. Особенности производства рекламной и ПР-продукции.
23. Производство печатных материалов.
24. Производство продукции для размещения в сети интернет.
25. Производство теле и радио материалов.
26. Продвижение рекламной и ПР-продукции. Специальные мероприятия.
27. Продвижение рекламной и ПР-продукции. Интернет-реклама.
28. Продвижение рекламной и ПР-продукции. Реклама в СМИ.
29. Продвижение рекламной и ПР-продукции. Работа с целевыми группами.
30. Виды распространения рекламной и ПР-продукции.
31. Виды распространения рекламной и ПР-продукции. Электронные и печатные СМИ.
32. Виды распространения рекламной и ПР-продукции. Социальные сети.
33. Виды распространения рекламной и ПР-продукции. Рекламные и ПР-агентства.
34. Виды распространения рекламной и ПР-продукции. Лифлетинг.
35. Виды распространения рекламной и ПР-продукции. Выставки и ярмарки.
36. Виды распространения рекламной и ПР-продукции. Почтовые рассылки.

***Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством***

ПК-1 Способен разрабатывать и планировать маркетинговые стратегии организации, способствующие увеличению продаж СМИ;

ПК-2 Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;

ПК-3 Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере.

**4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

***Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля) для обучающихся***

Предполагает изучение литературы по курсу, подготовку к лабораторным занятиям, 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 ГОС 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 отчётности 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.

### ***Методические рекомендации по выполнению рефератов***

Реферат представляет собой краткое изложение самостоятельных выводов по определённой проблеме, включающий обзор соответствующих источников или изложение сути статей и других материалов.

Реферат должен отвечать определенным требованиям (стандартам) по содержанию и оформлению. Реферат, как краткое изложение в письменном виде результатов изучения научной проблемы, состоит из: введения, глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

Реферат представляет собой обзор литературы по какой-либо проблеме (изложение содержания работ, книг, статей, с обозначением позиций их авторов по соответствующим вопросам). Автор реферата анализирует, сопоставляет эти позиции и высказывает свою позицию. Текст реферата обязательно должен включать ссылки на источники, обозначенные в списке литературы с указанием страниц.

Структура реферата:

1. Титульный лист.
2. Развернутый план реферата (включая введение и заключение).
3. Текст, соответствующий пунктам плана с краткими выводами по каждому пункту.
4. Список использованной литературы.

Реферат должен иметь объем не менее 15 страниц формата А 4, кегель 14, интервал 1,5, верхнее и нижнее поле 2 см., правое – 1,5 см., левое – 3 см. Возможны художественные иллюстрации, рисунки, таблицы. Реферат скрепляется в папку скоросшиватель. Письменно выполненный реферат представляется в форме устного доклада в рамках практического занятия. Докладчику предоставляется 15-20 минут для доклада по заявленной теме.

Реферат по проблемной теме в рамках изучаемой дисциплины (модуля) должен содержать иллюстративный материал либо приложение к нему электронной презентации формата программы Microsoft PowerPoint, записанной на диске.

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.

### **Лабораторные занятия (ЛЗ).**

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки. Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания. 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.

Предполагает изучение литературы по курсу, подготовку к лабораторным занятиям, 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 ГОС 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 отчётности 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.

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.

## **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **5.1 Основная литература:**

1. Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-7996-0741-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310>
2. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176>

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

### **5.2 Дополнительная литература:**

1. Анашкина, Наталья Александровна. Рекламный образ [Текст]: учебное пособия для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама", 08011 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Н. А. Анашкина; под ред. А. М. Дмитриевой. - Москва: [ЮНИТИ-ДАНА], 2013. - 173 с.
2. Дрешер, А.Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт / А.Р. Дрешер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00851-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139293>
3. Полукаров, В.Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учебное пособие / В. Л. Полукаров, С. Н. Рощупкин, К. А. Кобулашвили ; под общ. ред. А. Г. Самохвалова. - М. : КНОРУС, 2012.
4. Романов, А.А. Разработка рекламного продукта [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама" / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. - 255 с.
5. Тимофеев М. И. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=472499>

### **5.3. Периодические издания:**

1. <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>

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

1. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор №

61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

2. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com) ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru) ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

5. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

6. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)

7. Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>

8. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opensdata>

9. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>

10. База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН <http://www2.viniti.ru/>

11. Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных [www.rusnano.com](http://www.rusnano.com)

12. Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru/>

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

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. 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 «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и PR-продукта» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практическое и лабораторное занятия. При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;
- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий,
- проведение лабораторных занятий.

*Лекционные занятия (Л).*

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. 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.

*Практические занятия (ПЗ).* Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

*Лабораторные занятия (ЛЗ)* Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

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, подготовка презентаций.

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 с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом

. 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.

## **7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий**

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

### **7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения**

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

### **7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

1. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru) ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

3. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com) ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

## **8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)**

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 402)
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402)
3.	Лабораторные занятия	Аудитория для лабораторных занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410, 412)
4.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)

5.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
6.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета