

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.

подпись

«29» мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.О.10.02 РАЗРАБОТКА, ПЛАНИРОВАНИЕ И
ПОДГОТОВКА К ВЫПУСКУ РЕКЛАМНОГО И ПР-
ПРОДУКТА**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с
общественностью в СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины Б1.О.10.02 Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

А.Н. Минская, преподаватель

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.О.10.02 Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «27» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «27» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 12-20 «28» мая 2020 г.


Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.


фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

 Д.А. Носаев, кандидат филологических наук, доц. кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

 М.И. Зосим, руководитель EVENT-агентства «Креативная группа МЯТА»

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 результатов продвижения | владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения |

| № п.п. | Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | | |
|--------|--|---|--|--|
| | | знает | умеет | владеет |
| | | | продукции СМИ; | продукции СМИ. |
| 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 ОФО).

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры (часы) | | | | |
|--|--------------------------------------|-----------------|-------------|-------------|----------|----------|
| | | 5 | 6 | | | |
| Контактная работа, в том числе: | 100,5 | | 28,3 | | | |
| Аудиторные занятия (всего): | 28 | | 28 | | | |
| Занятия лекционного типа | 16 | 16 | - | - | - | |
| Лабораторные занятия | 62 | 34 | 28 | - | - | |
| Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия) | 24 | 18 | | - | - | |
| Иная контактная работа: | 4,5 | 4,2 | 0,3 | | | |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | 4 | - | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,5 | 0,2 | 0,3 | | | |
| Самостоятельная работа, в том числе: | 151,5 | 71,8 | 79,7 | | | |
| <i>Курсовая работа – не предусмотрено</i> | - | - | - | - | - | |
| <i>Проработка учебного (теоретического) материала</i> | 11,2 | 11,2 | - | - | - | |
| <i>Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой</i> | 6 | - | 6 | | | |
| <i>Подготовка к практическим занятиям</i> | 9 | 9 | - | | | |
| <i>Подготовка к лабораторным занятиям</i> | 31 | 15 | 16 | | | |
| <i>Создание презентации (не менее 15 слайдов)</i> | 14 | 7 | 7 | - | - | |
| <i>Подготовка и написание реферата</i> | 14 | 7 | 7 | - | - | |
| <i>Выполнение расчетно-графического задания</i> | 59,6 | 22,6 | 37 | | | |
| Подготовка к текущему контролю | 6,7 | - | 6,7 | - | - | |
| Контроль (зачет): | 56 | - | 56 | | | |
| | | | | | | |
| Общая трудоемкость | час. | 252 | 144 | 108 | - | - |
| | в том числе контактная работа | 100,5 | | 28,3 | | |
| | зач. ед | 7 | 4 | 3 | | |

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре (очная 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 | 18 | 2 | 2 | 5 | 9 |
| 2. | Типология рекламной и ПР-продукции | 18 | 2 | 2 | 5 | 9 |
| 3. | Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора | 18 | 2 | 2 | 4 | 10 |
| 4. | Контент рекламной и ПР-продукции | 18 | 2 | 2 | 4 | 10 |
| 5. | Графическое оформление и дизайн рекламной и ПР-продукции | 18 | 2 | 2 | 4 | 10 |
| 6. | Изготовление рекламной и ПР-продукции | 18 | 2 | 2 | 4 | 10 |
| 7. | Продвижение и рекламной и ПР-продукции | 18 | 2 | 3 | 4 | 9 |
| 8. | Распространение рекламной и ПР-продукции | 18 | 2 | 3 | 4 | 9 |
| | Итого: | 4 з.е. 144 | 16 | 18 | 34 | 71,8 (+0,2 ИКР) |

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

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (очная 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 | 15 | - | 1 | 4 | 10 |
| 2. | Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ | 15 | - | 1 | 4 | 10 |

| № раз-дела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 3. | Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ | 15 | - | 1 | 4 | 10 |
| 4. | Оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | 14 | - | 1 | 3 | 10 |
| 5. | Организация работы по созданию и управлению сайтом | 14 | - | 1 | 3 | 10 |
| 6. | Создание контента сайта | 14 | - | 1 | 3 | 10 |
| 7. | Редактирование контента сайта | 13 | - | - | 3 | 10 |
| 8. | Контроль за работой по поддержке, обслуживанию и контент-наполнению сайта | 13 | - | - | 3 | 10 |
| | Итого: | 3 з.е. 108 | - | 6 | 28 | 79,7 (+0,3 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. Адаптация зарубежной рекламной теле и радио-продукции с учетом российской специфики. Газетно-журнальная реклама. Наружная | Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой |

| | | | |
|-----|---|--|---|
| | | 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 подготовки и составления договоров на оказание услуг и производство рекламной и ПР-продукции. | Реферат |

| | | | |
|-----|---|---|---------|
| 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 ПР-продукции | Современное состояние ПР-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 ПР-продукции Задание: Проанализировать производственные процессы ПР-продукции, подготовить реферат по теме. | Реферат |
| 3. | Типология ПР-продукции Задание: Изучить типологические особенности ПР-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 ПР-продукции. Задание: Составить калькуляцию расходов на производство ПР-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 ПР-продукции. Печатные материалы. Задание: Подготовить контент-наполнения для печатной ПР-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. | Контент-наполнение ПР-продукции. Интернет-материалы. Задание: Подготовить контент-наполнение для ПР-продукции, размещаемой в сети Интернет. | 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.</p> <p>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</p> | Отчет по лабораторной работе |

| | | |
|-----|--|------------------------------|
| | края | |
| 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. | <p>Изготовление рекламных материалов для компании.</p> <p>Задание: изготовить рекламные материалы для компании (на выбор).</p> | Отчет по лабораторной работе |
| 40. | <p>Разработка композиции рекламного продукта.</p> <p>Задание: разработать композицию рекламного продукта в электронном варианте (на выбор).</p> | Отчет по лабораторной работе |
| 41. | <p>Бренд-бук компании как единство цвета, шрифта и стиля.</p> <p>Задание: провести анализ рекламных материалов на соответствие бренд-буку компании.</p> | 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. | Продвижение печатного издания на рынок прессы Краснодарского края Задание: разработать концепцию рекламной компании по выводу на рынок прессы Краснодарского края глянцевого журнала. | Отчет по лабораторной работе |
| 51. | Особенности подготовки текстов рекламных объявлений Задание: используя правила написания рекламных текстов, подготовить рекламное объявление о продаже товара/ оказании услуги (на выбор). | Отчет по лабораторной работе |
| 52. | Разработка имиджевой продукции Задание: разработать макет имиджевого буклета/плаката/проспекта кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ». | 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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310</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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176</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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139293</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: http://znanium.com/bookread2.php?book=472499</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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310</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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176</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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139293</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,</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 PR-продукции | ПК-3 | Лабораторная работа, реферат | Вопрос на зачете 12-15 |
| 5 | Графическое оформление и дизайн рекламной и PR-продукции | ПК-3 | Лабораторная работа, реферат | Вопрос на зачете 28-30 |
| 6 | Изготовление рекламной и PR-продукции | ПК-3 | Лабораторная работа, реферат | Вопрос на зачете |
| 7 | Продвижение и рекламной и PR-продукции | ПК-2 | Лабораторная работа, реферат | Вопрос на зачете |
| 8 | Распространение рекламной и PR-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 |
| | Низкий уровень производительности | Средний уровень производительности | Высокий уровень производительности |
| ПК-1 Способен разрабатывать и планировать маркетинговые стратегии организации, способствующие увеличению продаж СМИ | 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. |
| ПК-2 Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ | Знает особенности продвижения продукции СМИ. | Знает особенности продвижения продукции СМИ. | Знает особенности продвижения продукции СМИ. |
| | Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов | Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов | Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | продвижения продукции СМИ. | 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. |
| ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | 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 пособие 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 ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» 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/opendata>
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

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 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 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 |