

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

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

_____ Иванов А.Г.
подпись

«_____» _____ 2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ОД.16 Рекламный и ПР-текст в современных СМИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация Печать и информационные
агентства

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника

бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Рекламный и ПР-текст в современных СМИ
составлена в соответствии с федеральным государственным
образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по
направлению подготовки 42.03.02 Журналистика

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

В.В. Холстинин, ст. преподаватель кафедры публицистики и журналистского
мастерства

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

подпись

Рабочая программа дисциплины История русской литературы 20 века
утверждена на заседании кафедры публицистики и журналистского
мастерства

протокол № _____ « _____ » _____ 2017г.

Заведующий кафедрой (разработчик) Сопкин П.Т.

фамилия, инициалы

подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры публицистики и
журналистского мастерства

протокол № _____ « _____ » _____ 2017г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Сопкин П.Т.

фамилия, инициалы

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета

протокол № _____ « _____ » _____ 2017г.

Председатель УМК факультета _____

фамилия, инициалы

подпись

Рецензенты:

_____ д.ф.н, проф. кафедры истории и правового
регулирования массовых коммуникаций факультета журналистики КубГУ
Факторович А.Л.

1 Цели и задачи изучения дисциплины.

1.1 Цель освоения дисциплины.

Основная цель освоения дисциплины «**Рекламный и ПР-текст в современных СМИ**» - формирование у студентов навыков работы в сфере создания и анализа рекламных и ПР-текстов. В процессе изучения тематических и психологических особенностей заказного контента, а также структурно-композиционных приемов построения рекламного или ПР-текста студенты смогут на практике применить свой творческий потенциал в коммерческой сфере печатной журналистики.

1.2 Задачи дисциплины.

- расширить и углубить знания учащихся о жанровых и стилистических приемах в работе с рекламными и ПР-текстами;
- сформировать комплекс навыков в сфере создания печатной рекламной продукции, в т. ч. соответствие текста речевым и стилистическим нормам, структурно упорядоченной логике изложения, а также последовательно выстроенной линии аргументации;
- научить на практике применять средства и приемы выразительности русского языка, вербальные методы психологического воздействия на потребителя рекламного продукта;
- выработать умение создавать эффективные по своему воздействию рекламные и ПР-тексты в зависимости от информационного носителя или вида СМИ .

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Учебная дисциплина «Рекламный и ПР-текст в современных СМИ» занимает важное место в профессиональной подготовке бакалавров по направлению «Журналистика», служит формированию профессиональных навыков бакалавров, в соответствии с выбранным профилем специализации.

Дисциплина «Технологии создания рекламных текстов» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Предшествующие дисциплины «Профессионально-творческий практикум», «Работа с текстами в рекламе и ПР», «Разработка и производство массово-информационного продукта».

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 общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОК/ОПК/ПК)

Код компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
ОПК-9	способностью базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного уча-	принципы и методы создания рекламного и ПР-текста; основные этические и правовые нормы в сфере рекламы и ПР; художественно-композицион-	использовать в работе с рекламными и ПР-текстами результаты маркетинговых и социальных исследований целевой аудитории, экспертных заключений, а также следовать	навыками работы со справочной, статистической технической и архивной информацией в целях создания дополнительной аргументации в пользу продвигаемого проекта или ре-

	ствия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним	ные и психологические приемы привлечения внимания массовой аудитории к рекламируемой продукции	сформулированным заказчиком целям и задачам журналистского материала	кламируемого продукта (услуги) с использованием современных информационно-коммуникационных систем.
ОПК-21	способностью применять знание основ публичных рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности	основные формы и инструменты продвижения информационной продукции в сфере массовой информации	создавать особую информационную и имиджевую ценность журналистскому материалу, в т.ч. в форме публицити	базовыми навыками работы с аудиторией в публичном, корпоративном и межличностном формате общения

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		4			
Аудиторные занятия (всего)	28	28			
В том числе:	-	-			
Занятия лекционного типа	14	14			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	14	14			
Лабораторные занятия					
Самостоятельная работа (всего)	44	44			
В том числе:	-	-			
<i>Курсовая работа</i>	-	-			
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	10	10			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	-	-			
<i>Реферат</i>	7	7			
<i>Подготовка к текущему контролю</i>					
Промежуточная аттестации (зачет, экзамен)	27	27			
Общая трудоёмкость час зач. ед.	72	72			
	2	2			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ разд ела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Значение ПР и рекламы в условиях современной рыночной экономики.	2	-	-	-	2
2.	Реклама и ПР как одно из направлений современной журналистики.	4	2	-	-	-
3.	Виды и целевые формы рекламных и ПР-текстов. Массовая (публичная), корпоративная и потребительская сферы применения рекламных и ПР-текстов.	4	-	2	-	-
4.	Правовые и этические аспекты в работе с рекламными и ПР-текстами.	4	2	-	-	-
5.	Жанры и стили рекламных и ПР-текстов. Их целевая ориентированность с учетом маркетинговых задач рекламодателя, а также специфики целевой аудитории, рыночной конъюнктуры и других значимых факторов.					
6.	Заголовок, лид, содержательно-композиционная структура рекламного и ПР-текста.					
7.	Логика, аргументация и верификация как ключевые факторы информирования, привлечения внимания и убеждения читателя.					
8.	Значение и специфика источников информации в рекламной и ПР-деятельности.					
9.	<i>Социальная реклама и публичности</i> как особые направления рекламной деятельности. Их сущность, цели и функциональные особенности.					

10.	Исследование, анализ и редактирование рекламного и ПР-текста					
	<i>Всего:</i>	72	14	14	-	17 (+ 27 контроль)

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

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Значение ПР и рекламы в условиях современной рыночной экономики.	Конкурентная среда. Имидж, рейтинг, инвестиционная привлекательность компании (проекта). Эффективность и финансовых вложений в сферу ПР. Социальная ответственность бизнеса. Успешная реклама – двигатель торговли. Маркетинг и планирование рекламной компании.	Конспект лекции
2.	Реклама и ПР как одно из направлений современной журналистики.	Место рекламы в современной медиасфере. Эффективная реклама в СМИ: от качества контента к количеству реализованной продукции. Паблсити, его сущность и значение. Тактика и стратегия ПР деятельности.	Конспект лекции
3.	Виды и целевые формы рекламных и ПР-текстов. Массовая (публичная), корпоративная и потребительская сферы применения рекламных и ПР-текстов.	Информационные ПР тексты (бюллетень, пресс-релиз, пост-релиз, коммерческое предложение, приглашение и т.д.). Имиджевые ПР тексты (имиджевая статья, портретное интервью, комментарий эксперта и т.д.) Текстовые формы по итогам маркетинговых исследований (анкета, опрос, глубинное интервью, отчет и т.д.) Рекламные слоганы, модули, врезки и заметки в печатных СМИ. Рекламные аудио- и видеоролики на радио и ТВ. Реклама в интернете, ее значение.	Конспект лекции
4.	Правовые и этические аспекты в работе с рекламными и ПР-текстами.	Базовые документы, утверждающие правовые и этические нормы деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (Закон о СМИ, Закон о рекламе, международные кодексы и хартии в сфере PR)	Конспект лекции

2.3.2 Занятия семинарского типа.

Семинарские занятия не предусмотрены.

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Жанры и стили рекламных и ПР-текстов. Их целевая ориентированность с учетом задач рекламодателя, а также специфики целевой аудитории, рыночной конъюнктуры и других значимых факторов.	Подготовка и написание рекламных текстов заданной тематики, презентующих конкретный товар (продукт), вид услуг (сервис) или производителя (бренд). В зависимости от специфики целевой аудитории, рыночной конъюнктуры и технических условий рекламодателя автор готовит рекламные тексты заданного формата, жанра и стиля. Подготовка и написание ПР текстов заданной тематики, презентующих должностное лицо, мероприятие или ПР проект. В зависимости от вида, назначения и технических условий заказчика автор готовит рекламные тексты заданного формата, жанра и стиля. Защита и анализ текстов.	Реферат, творческое задание
2.	Заголовок, лид, содержательно-композиционная структура рекламного и ПР-текста.	Качественные критерии заголовка рекламного или ПР текста: лаконичность, творческий динамизм, оригинальность, фонетическое созвучие и т.д. Качественные критерии лида рекламного или ПР текста: информативность, интригующий посыл (недосказанность), оригинальность стиля с учетом выбранного жанра, этичность содержания и т.д. Выбор структуры (композиции) соответствующей заданной теме, а также интересное легко воспринимаемое читателем содержание текста – весомые факторы эффективной рекламы.	Реферат, творческое задание
3.	Логика, аргументация и верификация как ключевые факторы информирования, привлечения внимания и убеждения читателя.	Подготовительный этап работы с рекламным или ПР текстом предполагает выбор главной идеи материала, наиболее отвечающей заданию заказчика (рекламодателя) и авторскому взгляду на достижение рекламной (имиджевой) привлекательности объекта презентации. С учетом заданной формы, подбираются и рассматриваются наиболее эффективные аргументы, а также выстраивается логическая цепочка повествования, исключая повторы и «откаты» назад, учитывающая верную приоритетность аргументов и доводов автора.	Реферат, творческое задание
4.	Специфика и значение источников информации в рекламной и ПР-	Методы работы с различными источниками информации. Инструменты: мониторинг СМИ, маркетинговые исследования, экспертные заключения, отзывы потребителей	Реферат, творческое задание

	деятельности.	и работа в фокус-группе. Анкетирование, опросы, контент-анализ и другие формы количественных исследований. Виды информационных досье, информационная база заказчика и др. дополнительные источники.	
5.	<i>Социальная реклама и паблисити</i> как особые направления рекламной деятельности. Их сущность, цели и функциональные особенности.	Понятие «социальной рекламы», ее цели и задачи. Роль «социальной рекламы» в формировании новых морально-нравственных ценностей и в гармонизации общественных отношений. Не рекламные (опосредованные) формы продвижения товар, услуги или деятельности путем информирования о нем в рамках какого-либо события, факта, интервью и другого информационного повода. Тактика и формы взаимодействия с потенциальными рекламодателями и учреждениями.	Реферат, творческое задание
6.	Исследование, анализ и редактирование рекламного и ПР-текста	Использование различных критериев оценки рекламного и ПР текста, в т. ч. содержательность (информативность), доступность понимания, оригинальность и логика изложения, аргументированность, легкость восприятия, степень вовлеченности читателя (уровень мотивации), наличие элементов НЛП и т.д	Реферат, творческое задание

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	<i>Реферат</i>	- Ильин А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций. – М.: КНОРУС, 2015 - Макарова Т.В. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие. М: ЮНИТИ - ДАНА, 2014 - Основы журналистской деятельности : учебник. / под ред. С.К. Корконосенко М.: Юрайт, 2015г - Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Сборник трудов. Ростов на Дону, 2013 - Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учебное пособие. М.: «Аспект Пресс», 2014 - Щепилова Г.Г. Основы рекламы :учебник . М.:Юрайт, 2013
2.	<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	- Гордиенко Т.В. Журналистика и редактирование: Учебное пособие. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015 - Корконосенко С.Г. Введение в журналистику. Учебное

		пособие М.: КНОРУС, 2014 3. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: Учебное пособие М.: Аспект Пресс, 2014 4. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: Учебное пособие М.: Аспект Пресс, 2014 5. Петрова Н.Н. Учимся писать в жанрах (практическая журналистика). Краснодар.: Просвещение - Юг, 2013 6. Ягодкина М.В. Реклама в коммуникационном процессе: учебно-методическое пособие – СПб.: Питер, 2014
--	--	--

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.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, практические занятия, по основным темам курса.

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

Лекция - в ходе занятия преподносится теоретический материал, могут быть обзорные (преобладающие) и проблемные.

Практические задания требуют от обучающихся не простого воспроизводства информации, а творчества, поскольку задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов.

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

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

К формам текущего контроля относятся: оценка выполнения студентами письменных работ, практических заданий в рамках семинарских занятий, в том числе выполненных в ходе самостоятельной работы.

4.1.1 Вопросы для устного опроса

1. Место рекламы в массовой коммуникации: психологический и социально-психологический аспекты анализа
2. Методология и методы психологических исследований рекламы.
3. Психологические механизмы восприятия рекламы.
4. Особенности воздействия рекламы в различных СМИ.
5. Психологические механизмы коммуникативного воздействия рекламы на личность и массовую аудиторию.
6. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
7. Манипулятивные приемы, НЛП в рекламе.
8. Эффекты массовой коммуникации: индивидуальное и общественное восприятие.
9. Психологические модели убеждающего воздействия в рекламе.
10. Способы влияния рекламы на индивида и социальные группы.
11. Пропаганда и политическая реклама: психологическое и социально-культурное воздействие.
12. Понятие «социальной рекламы», ее цели и задачи.

4.1.2 Темы рефератов

1. Жанры и стили рекламных и ПР-текстов. Их целевая ориентированность с учетом маркетинговых задач рекламодателя.
2. Социальная психология в сфере рекламы и ПР (разработка и продвижение бренда).
3. Специфика целевой аудитории, рыночной конъюнктуры, географии и других значимых факторов в создании рекламного текста.
4. Информационные ПР тексты (бюллетень, пресс-релиз, пост-релиз, коммерческое предложение, приглашение и т.д.), их сущность и задачи.
5. Имиджевые ПР тексты (имиджевая статья, портретное интервью, комментарий эксперта и т.д.)
6. Разработка и создание рекламного текста в заданном жанре.
7. Разработка и создание ПР текста в заданном жанре.
8. Написание коммерческого предложения, адресованного потенциальному спонсору, для возможного участия в публичном ПР-проекте.
9. Написание пресс- и пост-релиза, посвященных корпоративному мероприятию.
10. Подготовка приглашения должностному лицу (политику, бизнесмену, госслужащему) для его участия в предстоящем мероприятии в качестве почетного гостя.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (зачет)

1. Основные определения понятий «реклама» и «пиар». Причины многообразия дефиниций. Разграничение понятий «реклама» и «пиар».
2. Правовое регулирование сферы рекламы и связей с общественностью в Российской Федерации. Основные положения федерального закона №38-ФЗ «О рекламе».
3. Органы регулирования и саморегулирования в рекламе и связях с общественностью.
4. Типоформирующие признаки и типологические характеристики рекламы как вида массовой коммуникации.

5. Основные параметры классификации рекламы.
6. Принципы успешного функционирования рекламного текста.
7. Базовые приемы написания рекламного послания.
8. Структурные компоненты рекламного сообщения.
9. Основные элементы композиции рекламного текста.
10. Представление рекламы как дискурса.
11. Рекламные блоки.
12. Концепты в рекламных текстах как отражение социально-культурных процессов в обществе.
13. Мотивы в рекламных текстах.
14. Становление и развитие PR как вида человеческой деятельности и научной дисциплины.
15. Видовые параметры пиар-произведений.
16. Основные параметры классификации пиар-произведений.
17. Жанры пиар-текстов.
18. Основные жанрообразующие признаки пресс-релиза.
19. Требования к композиции, содержанию и логическим аспектам пресс-релиза.
20. Язык и стиль пресс-релиза.

Критерии оценивания

Зачет проводится устной форме по билетам, которые включают два теоретических вопроса. Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

Оценка «зачтено» соответствует следующей качественной характеристике: «в целом изложено правильное понимание вопроса и дан содержательный или тезисный ответ на основные вопросы задания. Допускается не более 3-х незначительных ошибок, не искажающих и не нарушающих сути предложенного задания. Однако, если учащийся при ответе допустил 1-2 существенные ошибки, ему могут быть предложены уточняющие и дополнительные вопросы, которые призваны исправить ошибку в его ответе». Данная оценка выставляется студенту при условии выполнения и сдачи предыдущих плановых заданий и не менее 50% посещаемости им лекционных и лабораторных занятий.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту,

- обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

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.

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

Основная литература:

1. Гордиенко Т.В. Журналистика и редактирование: Учебное пособие. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015
2. Ильин А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций. – М.: КНОРУС, 2015
3. Корконосенко С.Г. Введение в журналистику. Учебное пособие М.: КНОРУС, 2014
4. Макарова Т.В. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие. М: ЮНИТИ - ДАНА, 2014
5. Основы журналистской деятельности : учебник. / под ред. С.К. Корконосенко М.: Юрайт, 2015 г
6. Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Сборник трудов. Ростов на Дону, 2013
7. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учебное пособие. М.: « Аспект Пресс», 2014
8. Щепилова Г.Г. Основы рекламы :учебник . М.: Юрайт, 2013
9. Ягодкина М.В. Реклама в коммуникационном процессе: учебно–методическое пособие – СПб.: Питер, 2014

6.2 Дополнительная литература:

1. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: Учебное пособие М.: Аспект Пресс, 2014
2. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: Учебное пособие М.: Аспект Пресс, 2014
3. Петрова Н.Н. Учимся писать в жанрах (практическая журналистика). Краснодар.: Просвещение - Юг, 2013
4. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие. М.: ФЛИНТА : Наука, 2010.
5. Ульяновский А.В. Современные рекламные технологии. Учебное пособие. СПб, 2011.
6. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR текстов. СПб.: Питер, 2010.
7. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности : учебник. М.: «Дашков и К», 2012.

5.3 Периодические издания:

1. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru>
2. "Главный редактор". Ежемесячный профессиональный журнал по медиабизнесу.
3. "Медиа бизнес" «МЕДИАБИЗНЕС». Журнал представляет собой площадку для обмена опытом медиа-менеджеров, учебник для тех, кто хочет повысить квалификацию, руководство к действию и сборник практических методик и анализа передового опыта. Все аспекты функционирования современного медийного предприятия и главный аспект — получение дохода и прибыли.
4. "Со-Общение". Ежемесячный специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях. Журнал посвящен проблематике интеллектуального бизнеса и основным направлениям гуманитарных технологий: PR, консалтинг, брэндинг, рекламе, политическим технологиям, менеджменту, традиционным и современным методикам маркетинговых и социологических

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

1. www.biblioclub.ru - информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно- методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;
2. www.knigafund.ru - информационно-образовательный проект, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе.

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

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля). Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

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 *«Рекламный и ПР текст в современных СМИ»* 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 занятие, консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- лекционные занятия
- практические занятия
- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;

. 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.

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.

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: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 Times New Roman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объем реферата – 10-15 страниц.

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.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

1. MS Office

2.Power Point

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. <http://www.elibrary.ru> - ЭБС eLIBRARY.RU.
2. <https://www.biblio-online.ru/>

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оборудование для презентаций – проектов, экран, ноутбук
2.	Лабораторные занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска)
4.	Текущий контроль	Аудитория (столы, стулья)
5.	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