

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

Подпись

Т.А. Хагуров

«28» мая 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.О.16.02 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, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2021

Рабочая программа дисциплины Б1.О.16.02 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, ст. преподаватель
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.О.16.02 Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы



подпись


Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 11-21 «20» мая 2021 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 «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 «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций», «Мультимедийные технологии в профессиональной сфере».

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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ	
ИПК 1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований.	Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. Умеет разрабатывать основы маркетинга и маркетинговых исследований. Владеет навыками маркетинговых исследований.
ИПК 1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.	Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. Знает маркетинговую стратегию организации. Владеет способностью разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.
ИПК 1.3. 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. Знает технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации,

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.
ПК-2. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	
ИПК 2.1. Знает особенности продвижения продукции СМИ.	Знает особенности продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять продвижение продукции СМИ. Владеет навыками продвижения продукции СМИ.
ИПК 2.2. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы продвижения продукции СМИ. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
ИПК 2.3. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Умеет 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	
ИПК 3.1. Знает специфику создания и редактирования контента сайта.	Знает специфику создания и редактирования контента сайта. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. Владеет способностью создавать и редактировать контент сайта.
ИПК 3.2. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.	Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта. Владеет навыками работы по созданию и редактированию контента сайта.
ИПК 3.3. Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта.	Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Умеет осуществлять создание, редактирование, управление и контроль контента сайта.

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 7 зачетных единицы (252 часов), для ЗФО 7 зачетных единицы (252 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		заочная	
		5 семестр (часы)	6 семестр (часы)	5 семестр (часы)	6 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:	96,4/14,4	68,2	28,2	12,2	2,2
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа	16/4	16		4	
лабораторные занятия	62/4	34	28	2	2
занятия семинарского типа (практические занятия)	18/6	18		6	
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,4/04	0,2	0,2	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	151,6/130	71,8	79,8	128	102
<i>Контрольная работа</i>	24	24			
<i>Реферат/эссе (подготовка)</i>	50/77	24	26	43	34
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	48,8/77	23,8	26	43	34
Подготовка к текущему контролю	27,8/76		27,8	42	34
Контроль:				3,8	3,8
Подготовка к экзамену					
час.	252/252	144	108	144	108

Общая трудоемкость	в том числе контактная работа	96,4/14,4	68,2	28,2	12,2	2,2
	зач. Ед	7/7	4	3	4	3

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.

Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Особенности создания рекламной и ПР-продукции	19	2	2	5	10
2.	Типология рекламной и ПР-продукции	19	2	2	5	10
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	16	2	2	4	8
7.	Продвижение и рекламной и ПР-продукции	17	2	3	4	8
8.	Распространение рекламной и ПР-продукции	14,8	2	3	4	5,8
	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

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.

Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	14	-	-	4	10
2.	Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	14	-	-	4	10
3.	Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ	14	-	-	4	10
4.	Оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	13	-	-	3	10
5.	Организация работы по созданию и управлению сайтом	13	-	-	3	10
6.	Создание контента сайта	13	-	-	3	10
7.	Редактирование контента сайта	13	-	-	3	10
8.	Контроль за работой по поддержке, обслуживанию и контент-наполнению сайта	12,8	-	-	3	9,8
	Итого:	3 з.е. 108	-	-	28	79,8 (+0,2 ИКР)

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Особенности создания рекламной и ПР-продукции	17	1			16
2.	Типология рекламной и ПР-продукции	17		1		16

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

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	12				12
2.	Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	13				13
3.	Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ	13				13
4.	Оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	14			1	13

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

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа (очная форма обучения)

№	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 реклама. Транзитная реклама. Полиграфическая рекламная. Интернет-реклама. Рекламные сувениры. Продукция для оформления мест продаж.	Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой
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	Проработка учебного (теоретического) материала

		журналах. Полиграфическая ПР-продукция. Сувенирная продукция. Позиционирование в Интернет.	
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 ПР-продукции	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 ПР-продукции	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 ПР-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
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
----	------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------

Занятия лекционного типа (заочная форма обучения)

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
	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 реклама. Транзитная реклама. Полиграфическая рекламная. Интернет-реклама. Рекламные сувениры. Продукция для оформления мест продаж.	Работа над первоисточниками, работа с учебной литературой
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.	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 ПР-продукции	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 ПР-продукции	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 ПР-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
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 (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы) (очная форма обучения)

№	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 продукции	PP-	Понятие PP-продукции. Услуги в области разработки стратегии PP-продукции. Услуги в области размещения PP-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 продукции	PP-	Типологические особенности PP-продукции. Телевизионные эфиры. PP- кино- и видеоматериалы. Участие в радио-проектах и аудио-эфирах. Позиционирование в газетах и журналах. Полиграфическая PP-продукция. Сувенирная продукция. Позиционирование в Интернет.	Реферат
5.	Разработка брифа, составление бюджета.		Особенности подготовки брифа на производство рекламной и PP-продукции. Бюджетирование рекламного и PP-производства. Особенности подготовки и составления договоров на оказание услуг и производство рекламной и PP-продукции.	Реферат
6.	Составление и подписание договора		. Особенности подготовки и составления договоров на оказание услуг и производство рекламной и PP-продукции	Реферат
7.	Контент рекламной продукции		Копирайтинг в сфере производства рекламной продукции. Визуальный контент при производстве рекламной продукции.	Реферат
8.	Контент продукции	PP-	Копирайтинг в сфере производства PP-продукции. Визуальный контент при производстве PP-продукции.	Реферат
9.	Графическое оформление и дизайн рекламной продукции		Художественно-графическое оформление рекламной продукции. Дизайн рекламной продукции.	Реферат
10.	Графическое оформление и дизайн продукции	PP-	Художественно-графическое оформление PP-продукции. Дизайн PP-продукции.	Реферат
11.	Изготовление рекламной продукции		Особенности производства рекламной и PP-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

Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы) (заочная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
19.	Особенности создания рекламной продукции	Понятие рекламной продукции. Услуги в области разработки стратегии рекламной –продукции. Услуги в области размещения рекламы в средствах распространения.	Реферат
20.	Особенности создания ПР-продукции	Понятие ПР-продукции. Услуги в области разработки стратегии ПР-продукции. Услуги в области размещения ПР-продукции в средствах распространения.	Реферат
21.	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	Реферат

		сувениры. Продукция для оформления мест продаж.	
22.	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.	Реферат
23.	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
24.	Составление и подписание договора	. Особенности подготовки и составления договоров на оказание услуг и производство рекламной и ПР-продукции	Реферат
25.	Контент рекламной продукции	Копирайтинг в сфере производства рекламной продукции. Визуальный контент при производстве рекламной продукции.	Реферат
26.	Контент продукции ПР-	Копирайтинг в сфере производства ПР-продукции. Визуальный контент при производстве ПР-продукции.	Реферат
27.	Графическое оформление и дизайн рекламной продукции	Художественно-графическое оформление рекламной продукции. Дизайн рекламной продукции.	Реферат
28.	Графическое оформление и дизайн продукции ПР-	Художественно-графическое оформление ПР-продукции. Дизайн ПР-продукции.	Реферат
29.	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
30.	Изготовление продукции ПР-	Особенности производства рекламной и ПР-продукции. Производство печатных материалов. Производство продукции для размещения в сети интернет. Производство теле и радио материалов.	Реферат
31.	Продвижение рекламной продукции	Продвижение рекламной продукции. Интернет-реклама. Реклама в СМИ. Работа с целевыми группами.	Реферат
32.	Продвижение продукции ПР-	Продвижение ПР-продукции. Специальные мероприятия. Интернет-позиционирование. Позиционирование в СМИ. Работа с целевыми группами.	Реферат

33.	Распространение рекламной продукции	Виды распространения рекламной продукции. Электронные и печатные СМИ. Социальные сети. Рекламные агентства. Лифлетинг. Выставки и ярмарки. Почтовые рассылки.	Реферат
34.	Распространение ПР-продукции	Виды распространения ПР-продукции. Электронные и печатные СМИ. Социальные сети. ПР-агентства. Лифлетинг. Выставки и ярмарки. Почтовые рассылки.	Реферат
35.	Современное состояние рекламной продукции	Современное состояние рекламной продукции компаний Краснодарского края.	Реферат
36.	Современное состояние ПР-продукции	Современное состояние ПР-продукции компаний Краснодарского края.	Реферат

Лабораторные занятия (очная форма обучения)

№	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.	<p>Контент-наполнение PR-продукции. Печатные материалы.</p> <p>Задание: Подготовить контент-наполнения для печатной PR-продукции</p>	Отчет по лабораторной работе
9.	<p>Контент-наполнение рекламной продукции. Видео материалы.</p> <p>Задание: Подготовить контент-наполнение для видео рекламной продукции.</p>	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
10.	<p>Контент-наполнение рекламной продукции. Аудио материалы.</p> <p>Задание: Подготовить контент-наполнение для аудио рекламной продукции.</p>	Отчет по лабораторной работе
11.	<p>Контент-наполнение PR-продукции. Интернет-материалы.</p> <p>Задание: Подготовить контент-наполнение для PR-продукции, размещаемой в сети Интернет.</p>	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
12.	<p>Контент-наполнение рекламной продукции. Интернет-материалы.</p> <p>Задание: Подготовить контент-наполнение для рекламной продукции, размещаемой в сети Интернет.</p>	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
13.	<p>Графическое оформление и дизайн рекламной продукции. Печатная реклама.</p> <p>Задание: Подготовить дизайн печатной рекламной продукции.</p>	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
14.	<p>Графическое оформление и дизайн печатной PR-продукции.</p> <p>Задание: Подготовить дизайн печатной PR-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 PR-продукции.</p> <p>Задание: Подготовить видео PR-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 PR-продукции</p> <p>Задание: Изучить особенности изготовления рекламной и PR-продукции. Подготовить реферат на одну из предложенных тем.</p>	Реферат

19.	<p>Продвижение и рекламной и ПР-продукции</p> <p>Задание: Изучить особенности продвижения рекламной и ПР-продукции. Подготовить доклад. Распространение рекламной и ПР-продукции</p> <p>Задание: Изучить ЦА, выбрать наиболее эффективный способ распространения рекламной и ПР-продукции, обосновать свой выбор.</p>	Отчет по лабораторной работе
20.	<p>Специфика продаж рекламы в СМИ</p> <p>Задание: Изучить особенности продаж рекламы в СМИ. Подготовить доклад о специфике продаж рекламы в одном из СМИ Краснодарского края.</p>	Отчет по лабораторной работе, презентация
21.	<p>Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж радио СМИ</p> <p>Задание: Разработать маркетинговую стратегию радио СМИ, способствующую увеличению продаж радио Краснодарского края</p>	Отчет по лабораторной работе
22.	<p>Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ</p> <p>Задание: На основании маркетинговой стратегии составить план мероприятий по увеличению продаж телевизионного СМИ Краснодарского края</p>	Отчет по лабораторной работе
23.	<p>Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> <p>Задание: Провести анализ эффективности результатов продвижения продукции печатного СМИ Краснодарского края</p>	Отчет по лабораторной работе
24.	<p>Организация работы по созданию и управлению сайтом</p> <p>Задание: составить план работ по созданию и управлению сайтом организации (на выбор)</p>	Отчет по лабораторной работе
25.	<p>Создание контента сайта</p> <p>Задание: Разработать текстовое контент-наполнение сайта Редактирование контента сайта</p> <p>Задание: Отредактировать Интернет-текст 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.	Изготовление ПР-материалов для государственного учреждения Задание: изготовить ПР-материалы для государственного учреждения (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
38.	Изготовление ПР-материалов для коммерческой компании Задание: изготовить ПР-материалы для коммерческой компании (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
39.	Изготовление рекламных материалов для компании. Задание: изготовить рекламные материалы для компании (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
40.	Разработка композиции рекламного продукта. Задание: разработать композицию рекламного продукта в электронном варианте (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
41.	Бренд-бук компании как единство цвета, шрифта и стиля. Задание: провести анализ рекламных материалов на соответствие бренд-буку компании.	Отчет по лабораторной работе
42.	Оценка эффективности наружной рекламы (на выбор). Задание: провести анализ эффективности рекламной компании с использованием наружной рекламы (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
43.	Изготовление рекламного макета согласно выданному заданию. Задание: изготовить рекламный макет для размещения в газете/журнале согласно заданных параметров товара (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
44.	Особенности рекламных продуктов интернет-рекламы. Задание: проанализировать образцы рекламной продукции интернет рекламы (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
45.	Особенности рекламных продуктов печатной рекламы. Задание: провести анализ рекламной продукции печатной рекламы (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
46.	Специфика рекламы в печатных СМИ. Задание: провести анализ рекламы в печатных СМИ Краснодарского края (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
47.	Визуальные образы в рекламе. Задание: проанализировать визуальные образы в рекламе.	Отчет по лабораторной работе

48.	Создание коммуникативных продуктов. Задание: изучить процесс создания коммуникативных продуктов (2 на выбор в одной товарной категории). Выявить коммуникационное и креативное решение.	Отчет по лабораторной работе
49.	Концепция позиционирования товаров и услуг на рынке Задание: провести маркетинговое исследование позиционирования товара или услуги (на выбор) на рынке Краснодарского края.	Отчет по лабораторной работе
50.	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.	Корпоративный стиль торгового предприятия. Задание: провести анализ корпоративного стиля торгового предприятия Краснодарского края (на выбор), сделать выводы, обосновать свою точку зрения.	Отчет по лабораторной работе
54.	Специфика оформления упаковки товара. Задание: разработать макет упаковки товара (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
55.	Разработка дизайн-макета рекламного буклета. Задание: разработать дизайн-макет рекламного буклета компании (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
56.	Женские образы в рекламе. Задание: проанализировать женские образы в телевизионной рекламе товара (на выбор). Подготовить отчет.	Отчет по лабораторной работе
57.	Интервью в СМИ как инструмент формирования имиджа руководителя компании/учреждения. Задание: проанализировать имиджевые интервью (не менее 5) в СМИ Краснодарского края (на выбор). Подготовить отчет.	Отчет по лабораторной работе

58.	Разработка ПР-стратегии компании Задание: разработать ПР-стратегию компании (на выбор): цели, задачи, анализ, целевая аудитория, инструменты, СМИ, мероприятия, технические средства связи, личные контакты.	Отчет по лабораторной работе
59.	ПР в малом бизнесе Задание: проанализировать ПР-компанию малого бизнеса Краснодарского края (на выбор), выделить сильные и слабые стороны, привести примеры, подготовить отчет.	Отчет по лабораторной работе
60.	ПР производственной компании 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.	Отчет по лабораторной работе
61.	ПР предприятия сферы услуг Задание: проанализировать ПР предприятия сферы услуг Краснодарского края (на выбор). Выявить достоинства и недостатки, подготовить предложения по корректировке ПР-компания.	Отчет по лабораторной работе
62.	ПР некоммерческой организации Задание: проанализировать ПР некоммерческой организации (на выбор). Оценить эффективность. Выявить специфику. Подготовить отчет.	Отчет по лабораторной работе

Лабораторные занятия (заочная форма обучения)

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
63.	Особенности создания рекламной продукции Задание: Проанализировать производственные процессы рекламной продукции, подготовить реферат по теме.	Реферат
64.	Особенности создания ПР-продукции Задание: Проанализировать производственные процессы ПР-продукции, подготовить реферат по теме.	Реферат
65.	Типология ПР-продукции Задание: Изучить типологические особенности ПР-продукции, подготовить реферат по теме.	Реферат
66.	Типология рекламной продукции Задание: Изучить типологические особенности рекламной продукции, подготовить реферат по теме.	Отчет по лабораторной работе
67.	Разработка брифа на производство рекламной продукции. Задание: Разработать бриф на производство рекламной продукции.	Отчет по лабораторной работе

68.	Бюджетирование производства ПР-продукции. Задание: Составить калькуляцию расходов на производство ПР-продукции.	Отчет по лабораторной работе
69.	Договор на изготовление рекламной продукции: особенности составления и подписания. Задание: Составить на основании исходных данных договор на изготовление рекламной продукции.	Отчет по лабораторной работе
70.	Контент-наполнение ПР-продукции. Печатные материалы. Задание: Подготовить контент-наполнения для печатной ПР-продукции	Отчет по лабораторной работе
71.	Контент-наполнение рекламной продукции. Видео материалы. Задание: Подготовить контент-наполнение для видео рекламной продукции.	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
72.	Контент-наполнение рекламной продукции. Аудио материалы. Задание: Подготовить контент-наполнение для аудио рекламной продукции.	Отчет по лабораторной работе
73.	Контент-наполнение ПР-продукции. Интернет-материалы. Задание: Подготовить контент-наполнение для ПР-продукции, размещаемой в сети Интернет.	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
74.	Контент-наполнение рекламной продукции. Интернет-материалы. Задание: Подготовить контент-наполнение для рекламной продукции, размещаемой в сети Интернет.	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
75.	Графическое оформление и дизайн рекламной продукции. Печатная реклама. Задание: Подготовить дизайн печатной рекламной продукции.	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
76.	Графическое оформление и дизайн печатной ПР-продукции. Задание: Подготовить дизайн печатной ПР-продукции.	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
77.	Графическое оформление и монтаж видео рекламной продукции. Задание: Подготовить видео рекламную продукцию. Графическое оформление и монтаж видео ПР-продукции. Задание: Подготовить видео ПР-продукцию.	Отчет по лабораторной работе, РГЗ
78.	Графическое оформление и монтаж аудио рекламной продукции. Задание: Подготовить аудио рекламную продукцию.	Отчет по лабораторной работе
79.	Графическое оформление и монтаж Интернет-рекламной продукции. Задание: Подготовить Интернет-рекламную продукцию	Отчет по лабораторной работе

	(интернет-баннер, письмо e-mail рассылки, рекламный пост для социальных сетей).	
80.	Изготовление рекламной и ПР-продукции Задание: Изучить особенности изготовления рекламной и ПР-продукции. Подготовить реферат на одну из предложенных тем.	Реферат
81.	Продвижение и рекламной и ПР-продукции Задание: Изучить особенности продвижения рекламной и ПР-продукции. Подготовить доклад. Распространение рекламной и ПР-продукции Задание: Изучить ЦА, выбрать наиболее эффективный способ распространения рекламной и ПР-продукции, обосновать свой выбор.	Отчет по лабораторной работе
82.	Специфика продаж рекламы в СМИ Задание: Изучить особенности продаж рекламы в СМИ. Подготовить доклад о специфике продаж рекламы в одном из СМИ Краснодарского края.	Отчет по лабораторной работе, презентация
83.	Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж радио СМИ Задание: Разработать маркетинговую стратегию радио СМИ, способствующую увеличению продаж радио Краснодарского края	Отчет по лабораторной работе
84.	Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ Задание: На основании маркетинговой стратегии составить план мероприятий по увеличению продаж телевизионного СМИ Краснодарского края	Отчет по лабораторной работе
85.	Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ Задание: Провести анализ эффективности результатов продвижения продукции печатного СМИ Краснодарского края	Отчет по лабораторной работе
86.	Организация работы по созданию и управлению сайтом Задание: составить план работ по созданию и управлению сайтом организации (на выбор)	Отчет по лабораторной работе
87.	Создание контента сайта Задание: Разработать текстовое контент-наполнение сайта Редактирование контента сайта Задание: Отредактировать Интернет-текст Продвижение Интернет-сайта Задание: Разработать комплекс мероприятий по продвижению Интернет сайта, обосновать выбор форм проведения	Отчет по лабораторной работе

88.	<p>Бюджетирование рекламы Интернет-сайта</p> <p>Задание: составить бюджет рекламной компании по продвижению Интернет-сайта</p>	Отчет по лабораторной работе
89.	<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
90.	<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
91.	<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
92.	<p>Таргетированная реклама как инструмент продвижения сайта</p> <p>Задание: разработать таргетированную рекламную компанию по продвижению сайта.</p>	Отчет по лабораторной работе
93.	<p>Яндекс Директ как инструмент продвижения сайта на российском рынке</p> <p>Задание: разработать рекламную компанию в Яндекс Директ по продвижению сайта.</p> <p>Google AdWords как инструмент продвижения сайта на рынке</p> <p>Задание: разработать рекламную компанию в Google AdWords по продвижению сайта.</p>	Отчет по лабораторной работе
94.	<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
95.	<p>Концепция социальной рекламы</p> <p>Задание: подготовить концепцию социальной рекламы на одну из предложенных тем.</p>	Отчет по лабораторной работе
96.	<p>Создание рекламного плаката торговой марки.</p> <p>Задание: разработать макет рекламного плаката торговой марки.</p>	Отчет по лабораторной работе
97.	<p>Нейминг и слоган бренда</p> <p>Задание: придумать название бренда и его слоган для одного из предложенных товаров.</p>	Отчет по лабораторной работе

98.	Наружное оформление торгового предприятия Задание: разработать наружное оформление торгового предприятия (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
99.	Изготовление ПР-материалов для государственного учреждения Задание: изготовить ПР-материалы для государственного учреждения (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
100.	Изготовление ПР-материалов для коммерческой компании Задание: изготовить ПР-материалы для коммерческой компании (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
101.	Изготовление рекламных материалов для компании. Задание: изготовить рекламные материалы для компании (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
102.	Разработка композиции рекламного продукта. Задание: разработать композицию рекламного продукта в электронном варианте (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
103.	Бренд-бук компании как единство цвета, шрифта и стиля. Задание: провести анализ рекламных материалов на соответствие бренд-буку компании.	Отчет по лабораторной работе
104.	Оценка эффективности наружной рекламы (на выбор). Задание: провести анализ эффективности рекламной компании с использованием наружной рекламы (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
105.	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
106.	Особенности рекламных продуктов интернет-рекламы. Задание: проанализировать образцы рекламной продукции интернет рекламы (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
107.	Особенности рекламных продуктов печатной рекламы. Задание: провести анализ рекламной продукции печатной рекламы (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
108.	Специфика рекламы в печатных СМИ. Задание: провести анализ рекламы в печатных СМИ Краснодарского края (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
109.	Визуальные образы в рекламе. Задание: проанализировать визуальные образы в рекламе.	Отчет по лабораторной работе

110.	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
111.	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
112.	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
113.	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
114.	Разработка имиджевой продукции Задание: разработать макет имиджевого буклета/плаката/проспекта кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ».	Отчет по лабораторной работе
115.	Корпоративный стиль торгового предприятия. Задание: провести анализ корпоративного стиля торгового предприятия Краснодарского края (на выбор), сделать выводы, обосновать свою точку зрения.	Отчет по лабораторной работе
116.	Специфика оформления упаковки товара. Задание: разработать макет упаковки товара (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
117.	Разработка дизайн-макета рекламного буклета. Задание: разработать дизайн-макет рекламного буклета компании (на выбор).	Отчет по лабораторной работе
118.	Женские образы в рекламе. Задание: проанализировать женские образы в телевизионной рекламе товара (на выбор). Подготовить отчет.	Отчет по лабораторной работе
119.	Интервью в СМИ как инструмент формирования имиджа руководителя компании/учреждения. Задание: проанализировать имиджевые интервью (не менее 5) в СМИ Краснодарского края (на выбор). Подготовить отчет.	Отчет по лабораторной работе

120.	Разработка ПР-стратегии компании Задание: разработать ПР-стратегию компании (на выбор): цели, задачи, анализ, целевая аудитория, инструменты, СМИ, мероприятия, технические средства связи, личные контакты.	Отчет по лабораторной работе
121.	ПР в малом бизнесе Задание: проанализировать ПР-компанию малого бизнеса Краснодарского края (на выбор), выделить сильные и слабые стороны, привести примеры, подготовить отчет.	Отчет по лабораторной работе
122.	ПР производственной компании 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.	Отчет по лабораторной работе
123.	ПР предприятия сферы услуг Задание: проанализировать ПР предприятия сферы услуг Краснодарского края (на выбор). Выявить достоинства и недостатки, подготовить предложения по корректировке ПР-компания.	Отчет по лабораторной работе
124.	ПР некоммерческой организации Задание: проанализировать ПР некоммерческой организации (на выбор). Оценить эффективность. Выявить специфику. Подготовить отчет.	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.

2.3.3 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	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям и т.д.)	1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в том числе по организации самостоятельной работы студентов и проведения интерактивных форм занятий, утвержденные на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью, протокол №11 от 20.05.2021

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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа студентов.

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; ^[1]_{SEP}
- логичность, четкость и ясность в изложении материала; ^[1]_{SEP}
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью ^[1]_{SEP}активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; ^[1]_{SEP}
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; ^[1]_{SEP}
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; ^[1]_{SEP}
- 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.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и PR-продукта».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК 1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований.	Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. Умеет разрабатывать основы маркетинга и маркетинговых исследований. Владеет навыками маркетинговых исследований.	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 1-4
2	ИПК 1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.	Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 5-8

		Знает маркетинговую стратегию организации. Владеет способностью разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.		
3	ИПК 1.3. 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. Знает технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 9-12
4	ИПК 2.1. Знает особенности продвижения продукции СМИ.	Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы продвижения продукции СМИ. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 13-16

		продвижения продукции СМИ.		
5	ИПК 2.2. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Знает особенности продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 17-20
6	ИПК 2.3. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 21-24
7	ИПК 3.1. Знает специфику создания и редактирования контента сайта.	Знает специфику создания и редактирования контента сайта. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. Владеет способностью создавать и редактировать контент сайта.	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 25-28
8	ИПК 3.2. Умеет организовывать работу по созданию	Умеет организовывать работу по созданию	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 19-32

	и редактированию контента сайта.	и редактированию контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта. Владеет навыками работы по созданию и редактированию контента сайта.		
9	ИПК 3.3. Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта.	Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта. Умеет осуществлять создание, редактирование, управление и контроль контента сайта.	Лабораторная работа, реферат	Вопрос на зачете 33-36

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 (зачет)

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.

Критерии оценивания по зачету:

«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.

«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 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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 262 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-10041-9. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/429158> (дата обращения: 25.05.2021).

2. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 486 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3061-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/425906> (дата обращения: 10.06.2021).

3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 502 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-05261-9. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468982> (дата обращения: 21.05.2021).

4. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 552 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3181-5. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 24.05.2021).

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>

3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.uceba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>

3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

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

Изучение дисциплины «Разработка, планирование, подготовка к выпуску рекламного и ПР-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 занятие; лабораторные занятия, консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Методические указания по занятиям лекционного типа

В ходе занятия лекционного типа студентам рекомендуется конспектировать ее основные положения, не стоит пытаться дословно записать всю лекцию, поскольку скорость лекции не рассчитана на аутентичное воспроизведение выступления лектора в конспекте. Тем не менее, она является достаточной для того, чтобы студент смог не только усвоить, но и зафиксировать на бумаге сущность затронутых лектором проблем, выводы, а также узловые моменты, на которые обращается особое внимание в ходе лекции. Основным средством работы на лекционном занятии является конспектирование. Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая студенту немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию. Конспект в переводе с латыни означает «обзор». По существу, его и составлять надо как обзор, содержащий основные мысли текста без подробностей и второстепенных деталей.

Конспект носит индивидуализированный характер: он рассчитан на самого автора и поэтому может оказаться малопонятным для других. Для того чтобы осуществлять этот вид работы, в каждом конкретном случае необходимо грамотно решить следующие задачи:

1. Сориентироваться в общей концепции лекции (уметь определить вступление, основную часть, заключение).
2. Увидеть логико-смысловую канву сообщения, понять систему изложения информации в целом, а также ход развития каждой отдельной мысли.
3. Выявить «ключевые» мысли, т.е. основные смысловые вехи, на которые «нанизано» все содержание текста.
4. Определить детализирующую информацию.
5. Лаконично сформулировать основную информацию, не перенося на письмо все целиком и дословно.

Определения, которые дает лектор, стоит по возможности записать дословно и выделить другим цветом или же подчеркнуть. В случае изложения лектором хода научной дискуссии желательно кратко законспектировать существо вопроса, основные позиции и фамилии ученых, их отстаивающих. Если в обоснование своих выводов лектор приводит ссылки на справочники, статистические данные, нормативные акты и другие официально опубликованные сведения, имеет смысл лишь кратко отразить их существо и указать источник, в котором можно полностью почерпнуть излагаемую информацию.

Во время лекции студенту рекомендуется иметь на столах помимо конспектов также программу курса, которая будет способствовать развитию мнемонической памяти, возникновению ассоциаций между выступлением лектора и программными вопросами.

В случае возникновения у студента по ходу лекции вопросов, их следует записать и

здать в конце лекции в специально отведенное для этого время.

По окончании лекции (в тот же или на следующий день, пока еще в памяти сохранилась информация) студентам рекомендуется доработать свои конспекты, привести их в порядок, дополнить сведениями с учетом дополнительно изученного нормативного, справочного и научного материала. Крайне желательно на полях конспекта отмечать не только изученные точки зрения ученых по рассматриваемой проблеме, но и выражать согласие или несогласие самого студента с законспектированными положениями.

Лекционное занятие предназначено для изложения особенно важных, проблемных, актуальных в современной науке вопросов. Лекция, также как и семинарское, практическое занятие, требует от студентов определенной подготовки. Студент обязательно должен знать тему предстоящего лекционного занятия и обеспечить себе необходимый уровень активного участия: подобрать и ознакомиться, а при необходимости иметь с собой рекомендуемый преподавателем нормативный материал, повторить ранее пройденные темы по вопросам, которые будут затрагиваться в предстоящей лекции, вспомнить материал иных дисциплин.

Применение отдельных образовательных технологий требует специальной подготовки не только от преподавателя, но и участвующих в занятиях студентов. Так, при проведении лекции-дискуссии, которая предполагает разделение присутствующих студентов на группы, студент должен быть способен высказать свою позицию относительно выдвинутых преподавателем точек зрения.

Методические указания для подготовки к занятиям семинарского типа (практическим занятиям)

Занятия семинарского типа (практические занятия) представляют собой одну из важных форм самостоятельной работы студентов над нормативными актами, научной и учебной литературой непосредственно в учебной аудитории под руководством преподавателя.

В зависимости от изучаемой темы и ее специфики преподаватель выбирает или сочетает следующие формы проведения занятий семинарского типа (практических занятий): обсуждение теоретических вопросов, подготовка рефератов, научные дискуссии, собеседования и т.п. Проверка усвоения отдельных (ключевых) тем может осуществляться посредством проведения коллоквиума.

Подготовка к занятию семинарского типа (практическому занятию) заключается в подробном изучении конспекта лекции, нормативных актов, учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать.

Активное участие в работе на занятиях семинарского типа (практических занятий) предполагает выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на занятии способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении на занятиях семинарского типа (практических занятиях) студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования нормативных актов или позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление товарища, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий.

В конце занятия после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не отраженные в конспекте.

Занятия семинарского типа (практические занятия) требуют предварительной

теоретической подготовки по соответствующей теме: изучения учебной и дополнительной литературы, ознакомления с нормативным материалом. Рекомендуется при этом вначале изучить вопросы темы по учебной литературе. Если по теме прочитана лекция, то непременно надо использовать материал лекции, так как учебники часто устаревают уже в момент выхода в свет.

Применение отдельных образовательных технологий требуют предварительного ознакомления студентов с содержанием применяемых на занятиях приемов. Так, при занятиях семинарского типа студент должен представлять как его общую структуру, так и особенности отдельных методических приемов: дискуссии, контрольные работы, использование правовых документов и др.

Методические рекомендации по подготовке рефератов, сообщений

Первичные навыки научно-исследовательской работы должны приобретаться студентами при написании рефератов по специальной тематике.

Цель: научить студентов связывать теорию с практикой, пользоваться литературой, статистическими данными, привить умение популярно излагать сложные вопросы.

Рефераты составляются в соответствии с указанными темами. Выполнение рефератов предусмотрено на листах формата А 4. Они сдаются на проверку преподавателю в соответствии с указанным графиком.

Требования к работе. Реферативная работа должна выявить углубленные знания студентов по той или иной теме дисциплины. В работе должно проявиться умение работать с литературой. Студент обязан изучить и использовать в своей работе не менее 2–3 книг и 1–2 периодических источника литературы.

Оформление реферата:

1. Реферат должен иметь следующую структуру: а) план; б) изложение основного содержания темы; в) список использованной литературы.

2. Общий объём – 5–7 с. основного текста.

3. Перед написанием должен быть составлен план работы, который обычно включает 2–3 вопроса. План не следует излишне детализировать, в нём перечисляются основные, центральные вопросы темы.

4. В процессе написания работы студент имеет право обратиться за консультацией к преподавателю кафедры.

5. В основной части работы большое внимание следует уделить глубокому теоретическому освещению основных вопросов темы, правильно увязать теоретические положения с практикой, конкретным фактическим и цифровым материалом.

6. В реферате обязательно отражается использованная литература, которая является завершающей частью работы.

7. Особое внимание следует уделить оформлению. На титульном листе необходимо указать название вуза, название кафедры, тему, группу, свою фамилию и инициалы, фамилию научного руководителя. На следующем листе приводится план работы.

8. При защите реферата выставляется дифференцированная оценка.

9. Реферат, не соответствующий требованиям, предъявляемым к данному виду работы, возвращается на доработку.

Качество реферата оценивается по тому, насколько полно раскрыто содержание темы, использованы первоисточники, логичное и последовательное изложение. Оценивается и правильность подбора основной и дополнительной литературы (ссылки по правилам: фамилии и инициалы авторов, название книги, место издания, издательство, год издания, страница).

Реферат должен отражать точку зрения автора на данную проблему.

Подготовка сообщения представляет собой разработку и представление небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на занятии семинарского типа. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами. Возможно письменное оформление задания, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

Регламент времени на озвучивание сообщения – до 5 мин.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Методические рекомендации по 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.

- 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:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки; ¹¹¹SEP – 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.

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. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (Ауд. 205, 209, 302, 309, 401, 402)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Ауд. 202, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 404, 405, 406, 407, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ (Ауд. 301, 307, 308, 400, 406, 407, 410, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к	

	<p>информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 301, 307, 310, 410, 412)</p>	<p>Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	<p>Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский</p>