

Аннотация программы дисциплины ФТД.01 «Реклама на ТВ и радио»

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов комплекса знаний, умений и навыков, необходимых для разработки рекламного продукта в электронных СМИ; обучить основам рекламного языка, дать понятие об изобразительных средствах рекламы в электронных СМИ, определить роль художественного проектирования (моделирования) в рекламе (основы композиции, форма поиска композиционного решения, композиция и пространство, законы создания рекламного макета, принципы создания логотипа, колорит, шрифты и их написание, компьютерный дизайн и т.д.). Кроме того, научить студентов оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие рекламы на радио и телевидении.

Задачи дисциплины

- выявить специфику действия телевизионной рекламы;
- выявить специфику действия радиорекламы;
- проанализировать методики создания радио и телерекламы;
- изучить манипулятивные особенности радио и телерекламы.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Реклама на ТВ и радио» относится к части ФТД. Факультативные дисциплины учебного плана. Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для ее изучения: «Язык кроссмедийной коммуникации», «Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере».

Перечень последующих дисциплин, необходимых для ее изучения: «Мастерство создания радио-, телевизионных сценариев», «Спичрайтинг в СМИ».

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*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 способен проводить научное исследование в сфере журналистики и медиа, на основе самостоятельно разработанной и(или) адаптированной методологии и методики. ПК-3 способен проводить научное исследование в сфере журналистики и медиа, на основе самостоятельно разработанной и(или) адаптированной методологии и методики.	
ИПК 3.1.-Определяет поле исследования, разрабатывает и(или) адаптирует методологию	Знает поле исследования, разрабатывает и(или) адаптирует методологию
ИПК 3.2.-Собирает и анализирует информацию, применяя избранную методику, и формулирует полученные результаты	Умеет собирать и анализировать информацию, применяя избранную методику, и формулирует полученные результаты
	Владеет навыками формирования научного текста в соответствии с академическими правилами и форматами

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

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность, содержание, определение маркетинга. Специфика существования маркетинга на телевидении	12		4		8
2.	Цели, основные принципы и функции маркетинга	11,8		4		7,8
3.	Этапы развития информационного маркетинга на телевидении	12		4		8
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>				12		23,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	36				

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

Автор: Мальцева И.А., доц., к. филол. наук, доц.