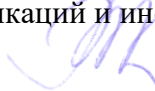




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра рекламы

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета бизнес-коммуникаций и информатики

В.К. Карнаухова

«20» мая 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.В.18 Технология производства коммуникативного продукта**
(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки: **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: заочная
(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий), очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий*))*

Согласовано с УМК факультета
сервиса и рекламы

Рекомендовано кафедрой рекламы :

Протокол № 10 от «20» мая 2020 г.

Протокол № 8 от «12» мая 2020 г.

Председатель  В.К. Карнаухова

зав. кафедрой  В.Ю. Рабинович

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРСотведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.	6
4.3 Содержание учебного материала	9
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	9
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	11
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	13
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	20
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	20
а) основная литература	20
б) дополнительная литература	20
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.....	20
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	21
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	21
6.2. Программное обеспечение:	22
6.3. Технические и электронные средства:	22
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	24
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	25
8.1. Оценочные средства текущего контроля.....	25
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	30

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: Сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний и практических навыков, достаточный для того, чтобы лучше узнать систему основных подходов к разработке, использованию различных методов изготовления коммуникативного продукта, а также понять тенденции их развития, овладеть основными навыками, необходимыми специалистам в области разработки и технологии производства рекламы, умением эффективно применять их на практике.

Задачи:

- изучение сущности коммуникативного продукта, стратегии его развития и технологии производства;
- развитие умения выделять основные особенности целевых аудиторий, правильно выбирать инструменты и технологии создания рекламного сообщения;
- дать представление о критериях оценки эффективности креативных решений и сформировать навыки по их применению;
- применение полученных знаний по рекламным технологиям в коммерческой деятельности.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Технология производства коммуникативного продукта» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины (модули)

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере рекламы и связей с общественностью и отработки практических навыков в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:.

Б1.В.16 Основы режиссуры

Б1.В.06 Креативные решения в рекламе и связях с общественностью

Б1.В.08 Методы поиска творческих идей

Б1.О.25 Копирайтинг

Б1.В.12 Брендинг

Б1.В.15 Фирменный стиль

Б1.О.29 Организация рекламных и пиар-кампаний

Б1.В.ДВ.02.01 Корпоративные СМИ

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Б2.О.01(Пд) Преддипломная практика

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-3 Способен применять профессиональной	ПК-3.1	При реализации коммуникационного продукта

деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций		использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
	ПК-3.2	При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
	ПК-3.3	Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
	ПК-3.4	Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
ПК-5 Способен участвовать в производственном процессе разработки коммуникационного продукта	ПК-5.1	Участвует в производственном процессе разработки коммуникационного продукта
	ПК-5.2	Способен организовать производственный процесс разработки коммуникационного продукта
	ПК-5.3	Владеет навыками разработки коммуникационного продукта

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, 9 часов на экзамен.

Форма промежуточной аттестации: Экз

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1.	Рекламное обращение: форма, содержание, структура	6		2		16	ЭКЗ
2.	Правила разработки и оформления рекламного текста		2	2		14	
3.	Правила разработки изобразительной части рекламного обращения			2		14	
4.	Креатив в рекламе			2		14	
5.	Приемы увеличения эффективности рекламного обращения		2	0		14	
6.	Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов		2	2		16	
7.	Режиссура рекламы		0	2		15	
8.	Способы печати рекламного продукта		0	1		16	
9.	Послепечатные процессы в производстве коммуникативного продукта		0	1		14	
10	Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе		0	2		16	
Итого часов			6	16		149	9

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
	Рекламное обращение: форма, содержание, структура	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: ответы на вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p>	В течение сессии	16	Устный опрос. Разноуровневые задачи и задания. Защита доклада	1. Разработка и технологии производства рекламного продукта 2. Смирнова, Ю. В. Реклама на телевидении. Разработка и технология производства
	Креатив в рекламе	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа.</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач</p>		14	Устный опрос. Кейс-задание	1. Разработка и технологии производства рекламного продукта
	Правила разработки и оформления рекламного текста	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; выписки из текста; использование Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; сообщений к выступлению на семинаре.</p>		14	Разноуровневые задачи и задания	1. Разработка и технологии производства рекламного продукта 2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии 3. Шугерман, Джозеф. Искусство создания рекламных посланий

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
	Правила разработки изобразительной части рекламного обращения	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; использование компьютерной техники и Интернета и др.</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: ответы на вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач</p>	В течение сессии	14	Разноуровневые задачи и задания. Защита докладов	Разработка и технологии производства рекламного продукта
	Приемы увеличения эффективности рекламного обращения	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; использование компьютерной техники и Интернета и др.</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач;</p>		14	Разноуровневые задачи и задания	Разработка и технологии производства рекламного продукта
	Особенности разработки коммуникативного продукта для основных медиаканалов	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; составление схем и таблиц по тексту, выписки из текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление таблиц для систематизации учебного материала; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p>		16	Разноуровневые задачи и задания. Защита докладов.	<p>1. Разработка и технологии производства рекламного продукта</p> <p>2. Панкратов, Федор Григорьевич. Основы рекламы</p> <p>3. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии</p> <p>4. Смирнова, Ю. В. Реклама на телевидении. Разработка и технология производства</p> <p>5. Шугерман, Джозеф. Искусство создания рекламных посланий.</p>

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
	Режиссура рекламы	<p>Для овладения знаниями: использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p>	В течение сессии	15	Защита докладов	
	Способы печати коммуникативного о продукта	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительная литература; конспектирование текста; выписки из текста.</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа</p>		16	Разноуровневые задачи и задания	Разработка и технологии производства рекламного продукта
	Послепечатные процессы в производстве коммуникативного продукта	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительная литература</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; ответы на контрольные вопросы</p>		14	Устный опрос	Разработка и технологии производства рекламного продукта
	Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительная литература; использование компьютерной техники и Интернета и др.</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p>		16	Защита докладов	Разработка и технологии производства рекламного продукта
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				149		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				149		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				149		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	5
Наименование основных разделов (модулей)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рекламное обращение: форма, содержание, структура. 2. Креатив в рекламе 3. Правила разработки и оформления рекламного текста. 4. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения 5. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения 6. Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов и директ-мейл. 7. Режиссура рекламы 8. Способы печати рекламного продукта 9. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта 10. Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе
Формы текущего контроля	тесты, контрольные работы, практические занятия
Форма промежуточной аттестации	Экз

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	Рекламное обращение: форма, содержание, структура	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные стадии процесса разработки и производства рекламного продукта. 2. Содержание, форма и структура рекламного обращения. 	2	Разноуровневые задачи и задания	ПК-3, ПК-5
2	Правила разработки и оформления рекламного текста	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стил и структура рекламного текста. 2. Приемы разработки рекламного текста. 3. Принципы оформления рекламного текста. 	2	Разноуровневые задачи и задания	
3	Правила разработки и изобразит	<ol style="list-style-type: none"> 1. Функции, требования, приемы разработки рекламной иллюстрации. 	2	Разноуровневые задачи и задания	

	ельной части рекламного обращения.				
4	Креатив в рекламе	1.Методики поиска идей для креативной концепции рекламы. 2. Креативный бриф. Принципы формирования эффективного брифа.	2	Кейс-задание	
5	Особенности разработки и рекламного продукта для основных медиаканалов и директ-	1.Телереклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки. 2.Радиореклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки. 3.Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки. 4.Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия, задачи разработчика, приемы разработки. 5.Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений. 6.Интернет-реклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки	2	Разноуровневые задачи и задания	
6	Режиссура рекламы.	1. Основные средства режиссуры. 2. Правила съёмки. Монтаж.	2	Доклад	
7	Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.	1.Брошюровочно-переплетные процессы: резка, подрезка, подборка, фальцовка, биговка, брошюровка. 2.Отделка полиграфической продукции: припрессовка пленки (ламинация), лакирование, тиснение, высечка и др.	2	Устный опрос	
8	Перспективы использования	1. Современные мультимедийные технологии в рекламе	4	Защита докладов	

мультимедийных технологий в рекламе				
-------------------------------------	--	--	--	--

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Рекламное обращение: форма, содержание, структура.	Повторить основные виды рекламных обращений. Привести примеры к каждому виду РО. Подготовка к устному опросу	ПК-3	
2	Креатив в рекламе	Ознакомиться с основными методиками поиска идей для креативной концепции рекламы и принципами формирования эффективного брифа.	ПК-3, ПК-5	
3	Правила разработки и оформления рекламного текста.	Изучить: приемы разработки рекламного текста; принципы оформления рекламного текста; стиль и структуру рекламного текста.	ПК-3, ПК-5	ПК-3.2 ПК-3.4
4	Правила разработки изобразительной части рекламного обращения	Ознакомиться с функциями, требованиями и приемами разработки рекламной иллюстрации. Подготовка доклада	ПК-3, ПК-5	ПК-3.4
5	Приемы увеличения эффективности рекламного обращения	Рассмотреть приемы увеличения эффективности рекламного обращения: УТП, серийность, эмоциональность, нетрадиционное использование традиционных носителей и	ПК-3	

		применение нетрадиционных рекламоносителей.		
6	Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов и директ-мейл.	Изучить особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки: телерекламы; радиорекламы; наружной рекламы; Интернет-рекламы; рекламы в прессе.	ПК-3, ПК-5	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4
7	Режиссура рекламы	Ознакомится с правилами съёмки и монтажа, при создании рекламного ролика. Подготовка доклада	ПК-3	
8	Способы печати рекламного продукта	К устному опросу знать: 1.способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе (Плоская офсетная печать, трафаретная печать). 2.технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать. 3. технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование, термотрансфер, лазерная гравировка, шелкография, сублимация, вышика. 4. технологии печати упаковки и этикетки: флексография. 5. технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография,	ПК-3, ПК-5	

		струйная широкоформатная печать.		
9	Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта	Подготовка к устному опросу	ПК-3, ПК-5	
10	Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе	Ознакомиться с современными мультимедийные технологиями в рекламе. Подготовка доклада	ПК-3, ПК-5	ПК-3.1

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной

деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинарскому занятию. Самостоятельная подготовка к семинару направлена: на развитие способности к чтению научной и иной литературы; на поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах; на выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия; на выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам; на развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации; на подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам; на формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем. Время на подготовку к семинару по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинару-конференции. Семинар-конференция проводится 1–3 раза в семестр, предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и научной конференции, которая предусматривает организованное обсуждение докладов разных исследователей по определенному кругу проблем. В процессе самостоятельной подготовки к семинару-конференции студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентом тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции. Время на подготовку к семинару-конференции по нормативам составляет не менее 0,4 часа.

Подготовка к коллоквиуму. Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, мысленно сформулировать свое мнение по каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии. Время на подготовку к коллоквиуму по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после

изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа. **Подготовка к зачету** (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуются делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Написание реферата Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Реферат (от лат. *refere* — докладывать, сообщать) — продукт самостоятельного творческого осмысления и преобразования текста первоисточника с целью получения новых сведений и существенных данных. Виды рефератов: — реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения; — реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы; — реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу; — реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы; — реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть, раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования; — обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов. Выполнение задания: 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем; 2) определить источники, с которыми придется работать; 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников; 4) составить план; 5) написать реферат: — обосновать актуальность выбранной темы; — указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание); — сформулировать проблематику

выбранной темы; — привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию; — сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Написание эссе Цель самостоятельной работы: развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе — «жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь». Признаки эссе: Небольшой объем — от трех до семи страниц компьютерного текста; допускается эссе до десяти страниц машинописного текста. Конкретная тема и подчеркнуто субъективная ее трактовка. Свободная композиция — важная особенность эссе. Непринужденность повествования. Использование парадоксов. Внутреннее смысловое единство. Ориентация на разговорную речь. Выполнение задания: 1) написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы). 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других; 3) дать комментарии к проблеме; 4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию; 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного). Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Подготовка доклада Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Доклад — публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Виды докладов: 1. Устный доклад — читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов. 2. Письменный доклад: — краткий (до 20 страниц) — резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; — подробный (до 60 страниц) — включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационной культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Выполнение кейс-задания Цель самостоятельной работы: формирование умения анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях недостаточной информации. Кейс-задание (англ. case — случай, ситуация) — метод обучения, основанный на разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий. Виды кейсов: иллюстративные, аналитические, связанные с принятием решений. Выполнение задания: 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения: — титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса; — введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия; — основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига, проблема; — заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено); 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

Составление тематического портфолио работ Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме, работе с эмпирическими данными, со способами и технологиями решения проблем. Тематическое портфолио работ — материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках той или иной темы курса (модуля). Портфолио работ состоит из нескольких разделов (согласуются с преподавателем). Структура тематического портфолио работ: — сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа; — содержание или оглавление; органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы); лист наблюдений за процессами, которые произошли за время работы; письменные работы; видеофрагменты, компьютерные программы; рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы студента, которые позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями). Выполнение задания: 1) обосновать выбор темы портфолио и дать название своей работе; 2) выбрать рубрики и дать им названия; 3) найти соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы; 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы; 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы; 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы; 7) подобрать иллюстративный материал (рисунки, фото, видео); 8) составить план исследования; 9) провести исследование, обработать результаты; 10) проверить наличие ссылок на источники информации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания: 1) определение области знаний; 2) выбор типа и источников данных; 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели; 4) отбор наиболее полезной информации; 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.); 6) выбор алгоритма поиска закономерностей; 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации; 8) творческая интерпретация полученных результатов. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем

науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

Использование инфографики Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью инфографики. Инфографика — «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» (В. В. Лаптев). Вариант задания: представить информацию по заданной теме с помощью зрительных форм — знаков, графического дизайна, рисунков, иллюстраций. Выполнение задания: 1) выбор темы; 2) сбор информации (документальной и визуальной); 3) систематизация собранной информации; 4) создание плана презентации: — классификация информации по типу; — выбор тематики действия (инструктивная, исследовательская, имитационная); — выбор коммуникативной тактики (дискуссии и дебаты для точной передачи идеи); — выбор творческой тактики (создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации); — систематизация информации по какому-либо принципу (по алфавиту, по времени, по категориям, по иерархии); 5) создание эскиза (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики); 6) планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы. 30

Разработка мультимедийной презентации Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий. Выполнение задания: 1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал. 2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.). 3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

Построение сводной (обобщающей) таблицы Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью построения таблицы. Сводная (обобщающая) таблица — концентрированное представление отношений между изучаемыми феноменами, выраженными в форме переменных. Варианты задания: —

представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме понятий или категорий; — представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины). Правила составления таблицы: 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования; 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично; 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения; 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире; 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности; 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом; 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения; 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учеб. для студ., вузов / Ред. Л. М. Дмитриева. - М. : Экономистъ, 2006. - 638 с. ; 21 см. - (Homo Faber). - Библиогр.: с. 546-547. - ISBN 5-98118-159-1 : сирфак (40).
2. Панкратов, Федор Григорьевич. Основы рекламы [Текст] : учеб. для студ. вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 9-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К', 2007. - 532 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 526-531. - ISBN 5-91131-208-5. сирфак (44),.

б) дополнительная литература

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Текст] / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков и К', 2012. - 259 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 252-257. - ISBN 978-5-394-01184-9 сирфак (9)
2. Аренс, Вильям Ф. Современная реклама [Текст] / В. Ф. Аренс, М. Ф. Вейголд, К. Аренс ; пер. с англ. В. Кузин. - М. : Эксмо, 2011. - 876 с. : цв. ил. ; 26 см. - (Академия рекламы). - Библиогр.: с. 838-876. - ISBN 978-5-699-30795-1. Сирфак 1 экз.
3. Смирнова, Ю. В. Реклама на телевидении. Разработка и технология производства [Текст] : учеб.пособие / Ю. В. Смирнова. - М. : Омега-Л, 2011. - 255 с. ; 21 см. - ISBN 978-5-370-02301-9. . Сирфак 1 экз.
4. Шугерман, Джозеф. Искусство создания рекламных посланий [Текст] : справочник выдающегося американского копирайтера / Д. Шугерман ; пер. с англ. С. М. Кирова. - М. : Эксмо, 2011. - 436 с. ; 24 см. - ISBN 978-5-699-36984-3. Сирфак 2 экз.

в) периодическая литература

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

2. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>

3. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

– ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г.

– ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

– ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..

– ЭБС «Айбукс.ru/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.

– Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук (AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot-3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>

	<p>рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMD Athlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	
<p>Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LG Flatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcddsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p>

6.2. Программное обеспечение:

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1.	<p>1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект):</p> <p>1С:Бухгалтерия, 8.2</p> <p>1С:Зарплата и управление персоналом</p> <p>1С:Управление торговлей</p> <p>1С:Управление производственным предприятием</p>	30	Пер №8972331	2015	бессрочно

	1С: ОТЕЛЬ, 8 1С:Оценка персонала, 8				
2.	Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	бессрочно
3.	BusinessStudio 4.0	50	Лицензия № 7464	2015	бессрочно
4.	Directum 5.1	30	Лицензия № 26057	2016	1год
5.	Java 8	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.oracle.com/legal/terms.html	Условия правообладателя	бессрочно
6.	Joomla 3.6	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.joomla.org/JEDL	Условия правообладателя	бессрочно
7.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
8.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	10	Номер Лицензии Microsoft 42095516	27.04.2007	бессрочно
9.	Microsoft SQL Server 2012	1	Номер Лицензии Microsoft 65343111		бессрочно
10.	Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise	1	Номер Лицензии Microsoft 49413875		бессрочно
11.	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
12.	Microsoft® WinSL 8.1 Russian Academic OLP 1License NoLevel Legalization GetGenuine	130	Microsoft Invoice Number: 9564547610 ООО 'ИЦ 'Сиброн'	22.12.2014	бессрочно
13.	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html	Условия правообладателя	бессрочно
14.	Perl 5.24.0	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: http://dev.perl.org/licenses/	Условия правообладателя	бессрочно
15.	Postgresql 9.6.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.postgresql.org/about/licence/	Условия правообладателя	бессрочно
16.	Protege	100	Условия использования по ссылке: http://protege.stanford.edu/support.php	Условия правообладателя	бессрочно
17.	Python 3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке:	Условия правообладателя	бессрочно

			https://docs.python.org/3/license.html		
18.	UbuntuLinux 16.04.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms	Условия правообладателя	бессрочно
19.	VirtualBox 5.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL	Условия правообладателя	бессрочно
20.	Евфрат-Документооборот, версия 15	20	многопользовательская лицензия № 0221209	2015	бессрочно

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии.

1.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждаются в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-	Изменение и неограниченное обогащение содержания

коммуникационные технологии	образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.
-----------------------------	---

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Креатив в рекламе	семинар	Кейс-задание	2
Итого часов				2

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
	Устный опрос.	Темы: 1,2,8,9,	ПК-3 ПК-5
	Защита доклада	Темы: 1,4,6,7,10	
	Разноуровневые задачи и задания	Темы: 1,2,3,5,6	
	Кейс-задание	Тема: 2	

Демонстрационный вариант теста №1

1. Рекламная идея

- a. Способ художественного оформления рекламы
- b. Носитель оформления рекламного сообщения
- c. Главная мысль, внушаемая целевой аудитории для создания мотива покупки

2. Бренд понимается как

- a. Рекламоноситель известной фирмы
- b. Сумма свойств продукта (имя, цена, качество товара и позиции завоеванной фирмы в умах потребителей)
- c. Фирменный стиль

3. Воздействие на аудиторию с целью побудить ее к выбору рекламируемого объекта является ... функцией рекламы

- a. Социальной
- b. Экономической
- c. Коммуникативной
- d. Идеологической

4. Визуальный образ торговой марки, призванный идентифицировать товар или фирму в сознании покупателя называется ...

- a. Товарный знак
- b. Визитка
- c. Рисунок
- d. Иллюстрация

- 5. Наибольший эффект и запоминаемость дает реклама, использующая:**
- a. Визуальную информацию
 - b. Текстовую информацию
 - c. Звуковую информацию
 - d. Аудиовизуальную информацию
- 6. Реклама, которую произносит диктор, называется:**
- a. Радио объявлением
 - b. Радио ролик
 - c. Радиорепортаж
 - d. Радиомонтаж
- 7. Реклама с обратной связью – это ...**
- a. Рассылка
 - b. Буклет
 - c. Рекламный ролик
 - d. Купон
- 8. Вид листовой малоформатной печатной продукции, который содержит подробную информацию о характеристиках товара, называется ...**
- a. Этикетка
 - b. Плакат
 - c. Листовка
- 9. Как вы понимаете метод фокус-группы в рекламе**
- a. Развлекательный аттракцион в телевизионном шоу
 - b. Как предтестирование при проверке рекламного проекта
 - c. Как метод влияния на поведение слушателей радиорекламы
- 10. Целостного построения идеи рекламного сообщения можно добиться**
- a. При единстве художественной формы и смыслового содержания
 - b. При определенном расположении рекламы в пространстве
 - c. При наличии технических средств (инструмента, материалов, способа построения)
- 11. Основные преимущества рекламы в газете:**
- a. оперативность, психологическое вовлечение аудитории, доступ к потребителю в любых условиях
 - b. престиж, качество полиграфического исполнения, высокий коэффициент вторичного использования
 - c. влияние на эмоциональное состояние, яркость и образность, обширная аудитория
 - d. относительно невысокая стоимость, оперативность, доверие к носителю, возможность подробного изложения
- 12. Реклама, которая призвана утвердить образ фирмы или товаров в представлении реальных или потенциальных потребителей и целевой аудитории:**
- a. Имиджевая
 - b. Напоминающая
 - c. Увещательная
 - d. Информационная

Задания с множественным выбором. Выберите несколько правильных ответов

- 13. По технике исполнения шрифты бывают:**

- a. Имеющие засечки
- b. Рисованные
- c. Наборные
- d. Рубленые
- e. Рукописные

14. Типология объектов по характеру образа визуальной информации:

- a. Рисунки
- b. Печатная реклама
- c. Объемные конструкции
- d. Издания листового типа
- e. Чертежи

15. Современную российскую телерекламу можно классифицировать по:

- a. Форме исполнения
- b. Каналу распространения
- c. Стратегии реализации
- d. Содержанию рекламы
- e. Рекламной идее
- f. Статистике рекламы
- g. Цене рекламного продукта

Задания на установление соответствия

16. Соответствие между типом рекламы и ее функциями:

1. Товарная	a. Создает образ фирмы или благоприятное представление о ней
2. Корпоративная	b. Декларирует общечеловеческие ценности
3. Социальная	c. Реклама политических партий, общественных движений
4. Политическая	d. Реклама товара

17. Соответствие между носителем рекламы и его определением:

1. Бул Марк	a. транспарант, растяжка в наружной рекламе
2. Баннер	b. отдельно стоящая раскладная конструкция из пластика или фанера
3. Штендер	c. наклейка липкая рекламная аппликация
4. Стикер	d. реклама издательства, вкладываемая в книгу, журнал, каталог в виде красочной закладки

18. Соответствие между видом рекламы и его главным выразительным средством

1. Аудиа реклама	a. Ай-стоппер
2. Телевизионный ролик	b. Запоминающийся звук
3. Наружная реклама	c. Актеры
	d. Освещение

19. Соответствие основных художественных средств рекламного дизайна и их определениями

1. Графика	a. Вид изобразительного искусства, включающий рисунок и печатные художественные произведения
2. Типографика	b. Синтез фотографии, рисунка, и текста, где фотоизображение занимает первое место
3. Фотографика	c. Художественное средство, благодаря которому достигается графическое оформление печатного текста, посредством набора и верстке

Задания на установление правильной последовательности

- 20. Этапы дизайн-проектирования:**
- Выявление проблемы на основе сбора информации
 - Разработка дизайн-концепции
 - Подача проекта, обоснования идеи проектного решения
 - Разработка композиционно-пластических решений и выбор оптимального варианта проектного решения
 - Поиск приемов, методов
 - Определение потребителя
- 21. Этапы подготовки звуковой фонограммы**
- Последовательное расположение элементов
 - Обработка
 - Сведение
 - Отбор элементов фонограммы
- 22. Этапы разработки рекламной идеи**
- Концентрация
 - Инкубация идей
 - Просветление
 - Заключительный анализ и представление проекта
 - Подготовительный этап

Задания открытой формы. Вставьте пропущенное слово

- 23.** По длине текста большинство рекламных сообщений - _____.
- 24.** Рекламный _____ – это проектная деятельность, направленная на разработку средств визуализации рекламного образа товара.
- 25.** Творческая идея – это привлекающее внимание точное представление позиции _____
- 26.** Задание на разработку креатив-идеи называется _____
- 27.** _____ реклама приятна на слух и легко запоминается.
- 28.** Площадь логотипа в рекламном объявлении _____%
- 29.** _____ – это графическая форма знаков определенной системы письма.

Воздействие на аудиторию с целью побудить ее к выбору рекламируемого объекта является _____ функцией рекламы

Задание #1

Тема: «Рекламное обращение: форма, содержание, структура»

Привести пример каждого вида рекламного обращения: информативного, увещательного, сравнительного, напоминающего, подкрепляющего, имиджевого.

Задание #2

Тема: «Методология креативного мышления в рекламе. Техники рекламного конструирования»

Задание: с помощью методики конструирования РАМ-проводника разработайте рекламную концепцию социальной рекламы посвященной проблеме чтения художественной литературы студенческой молодежью.

Проблема: студенты высших учебных учреждений перестают читать художественную литературу. В рамках школьной программы чтение художественной литературы было обязательным, кроме того, необходимо было сдать ЕГЭ, а часть «С» как раз отражала общий кругозор школьника. Студенты читают в основном профессиональную литературу. Проблема не касается студентов, обучающихся на филологических факультетах.

Следствие: большой процент студенческой молодежи имеют средний уровень знания художественной литературы.

Цель: привлечь внимание студентов к чтению художественной как русской, так и зарубежной литературы и мотивировать их на чтение.

Целевая аудитория: студенческая молодежь (очное / заочное обучение).

Следует избегать: покровительственного и поучительного тона, демонстрации негатива, неграмотности.

Возможности:

- думайте визуально, думайте образами.
- РАМ-проводник должен быть понятным с первого взгляда.
- Слоган дает только толчок, он должен умножать силу визуального образа, а не описывать его.
- Играйте на стопперах, не бойтесь быть слишком смелыми.

Обязательные элементы кампании: РАМ-проводник, ключ-подсказка.

Требования к выполнению задания:

- Обоснование рекламной концепции и характеристика ключевых элементов: образы, заголовки, слоган и т.д.
- Необходимо представить готовый макет рекламных решений – листовка (можно нарисовать от руки).

Задание #3

Тема: «Правила разработки и оформления рекламного текста»

- Выявить целевую аудиторию для товара / услуги (на выбор)
- Обосновать название товара / услуги
- Разработать слоган
- Написать 15 предложений ОРТ

Задание #4

Тема: «Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов»

Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов в различных сферах:

- Рекламы салонов красоты
- Рекламы рекламных агентств (РА)
- Рекламы банковских услуг
- Рекламы ресторанов
- Реклама супермаркетов
- Реклама автомобилей
- Реклама аптек и т.д.

Задание #5

Тема: «Приемы увеличения эффективности рекламного обращения».

Сделайте подборку образцов реклам, в которых используются приемы повышения коммуникационной эффективности, и определите, где их использование действительно способствует увеличению эффективности рекламы, а где наоборот.

Примерные темы для докладов:

- Фуд-стилизм в телевизионной рекламе
- Спецэффекты в рекламе

- Российские режиссеры рекламы: используемые стили в рекламе и их работы
- Ландшафтный дизайн как элемент наружной рекламы.
- Графическое решение в рекламе
- Цвет в рекламе
- История рекламной фотографии
- Современные тенденции использования фотографии в рекламе

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену

1. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса.
2. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
3. Организация креативного процесса.
4. Принципы формирования эффективного брифа. Технология работы по его реализации.
5. Дать определение понятию УТП в рекламе
6. Особенности разработки телерекламы
7. Особенности разработки радиорекламы
8. Особенности разработки рекламы в прессе
9. Особенности разработки рекламы в Интернете
10. Приемы разработки наружной и транзитной рекламы
11. Директ-мейл: особенности разработки конверта, письма и вложений.
12. Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.
13. Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.
14. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать.
15. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование, термотрансфер, лазерная гравировка, шелкография, сублимация, вышивка.
16. Технологии печати упаковки и этикетки: флексография.
17. Технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография, струйная широкоформатная печать.

Разработчики:



ст.преподаватель

Полавкова А.Ю.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы
Протокол № 8 от «12» мая 2020 г.

Зав. кафедрой



Рабинович В.Ю.

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.