

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Гуманитарно-технический колледж

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной
деятельности

(подпись, ФИО) Старостина С.Е.

« 01 » 03 20 22 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Техника и технология рекламы

на 54 часа

для специальности 46.02.01 Документационное обеспечение
управления и архивоведение

базовой подготовки

составлена в соответствии с ФГОС СПО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« 11 » августа 2014 г. № 975

Форма обучения: очная, заочная

СОГЛАСОВАНО:

Директор гуманитарно-технического
колледжа

(подпись) Лукашин И.А.
(Ф.И.О.)

« 01 » 03 20 22 г.

1. Организационно-методический раздел

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование знаний и элементарных навыков работы в области рекламы как составляющей системы государственного и муниципального управления и мощном инструменте продвижения на рынок товаров услуг в соответствии с требованиями современной рыночной экономики.

Задачи дисциплины: в соответствии с поставленной целью курс ставит следующие задачи:

- изучить функции рекламы и рекламного процесса;
- рассмотреть основные понятия, категории и принципы рекламы;
- сформировать навыки анализа и оценки рекламного сообщения;
- изучить особенности продвижения услуг на внутреннем и внешнем рынке и роли рекламы в этом процессе;
- понимать особенности методов использования средств рекламирования.

1.2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Техника и технология рекламы» - является общепрофессиональной дисциплиной вариативной части профессионального учебного цикла (ОП.В.03), выступает важным компонентом в подготовке студентов, позволяет овладеть методами процесса принятия и реализации управленческих решений, информационного обеспечения управления и разработка основных организационных документов.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания и владение материалом следующих курсов «Государственная и муниципальная служба», «Менеджмент», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности».

1.3. Объем дисциплины с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 54 часа.

Форма обучения – очная

Виды занятий	Распределение по семестрам			Всего часов
	2 семестр	3 семестр	4 семестр	
1	2	3	4	5
Общая трудоемкость			54	54
Аудиторные занятия, в т.ч.:			36	36
лекционные (ЛК)			12	12

практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)			24	24
лабораторные (ЛР)			-	-
Самостоятельная работа (СРС)			18	18
Форма текущего контроля в семестре			зачет	зачет

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ПК-1.1	Координировать работу организации (приемной руководителя), вести прием посетителей
ПК-1.2	Осуществлять работу по подготовке и проведению совещаний, деловых встреч, приемов и презентаций
ПК-1.3	Осуществлять подготовку деловых поездок руководителя и других сотрудников организации

ПК-1.4	Организовывать рабочее место секретаря и руководителя
ПК-1.8	Осуществлять телефонное обслуживание, принимать и передавать факсы

Уровни сформированности компетенций

Результат обучения	Уровень сформированности компетенций
Знать	<p>Пороговый:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормы современного русского литературного языка; основные принципы составления текстов; - этические, социолингвистические и психолингвистические особенности речевого общения; - основные типы и причины коммуникативных неудач.
	<p>Стандартный:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия изучения дисциплины; - законы рекламного бизнеса; - средства и виды рекламы; - основные характеристики рекламы; - структуру рекламного текста.
	<p>Эталонный:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности основных компонентов рекламного процесса; - рекламные технологии (ATL-BTL); - креативные стратегии рекламной деятельности; - специфику планирования рекламной кампании организации.
Уметь	<p>Пороговый:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять устные и письменные тексты разных стилей; - анализировать собранные данные; - уметь устанавливать деловые контакты.
	<p>Стандартный:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адекватно выбирать средства распространения рекламы; - формировать элементы фирменного стиля предприятия; - создавать эффективные рекламные слоганы; - давать сравнительную характеристику рекламы в разных СМИ.
	<p>Эталонный:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегию эффективной рекламной кампании для организации; - создавать собственные креативные рекламные произведения с учетом закономерностей рекламы на потребителя и психологических установок;

	- разрабатывать методы расчета рекламного бюджета рекламодателя.
Владеть	<p>Пороговый:</p> <p>- владеть навыками: устного и письменного речевого общения в соответствии с нормами современного литературного языка; - использование языковых средств в соответствии с целью общения, а также делового этикета и принципами установления деловых контактов.</p>
	<p>Стандартный:</p> <p>- владеть навыками подготовки устного выступления, творческой работы по искусствоведческой проблематике;</p> <p>- владеть схемой функционального и информационного взаимодействия коммерческих структур с органами государственного управления и СМИ.</p>
	<p>Эталонный:</p> <p>- навыками рекламной деятельности как творческого процесса, а именно создания собственных креативных рекламных сообщений по содержанию, форме, структуре.</p>

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Форма обучения – очная

Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
			ЛК	ПЗ	ЛР	
1.	Место рекламы в маркетинговой деятельности компании. История рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности	10	2	4	-	4
2.	Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Основы формирования рекламного образа	8	2	4	-	2
3.	Подготовка и проведение рекламной кампании. Этапы разработки рекламы	10	2	4	-	4
	Рекламные идентификаторы.	8	2	4	-	2

4.	Основные элементы рекламного сообщения					
5.	Общетеоретические проблемы психологии рекламы. Воздействие рекламы на потребителей	8	2	4	-	2
6.	Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов	10	2	4	-	4
Итого		54	12	24	-	18

3.2. Лекционные занятия

Форма обучения – очная

Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1.	Место рекламы в маркетинговой деятельности компании. История рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности.
2.	Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Основы формирования рекламного образа.
3.	Подготовка и проведение рекламной кампании. Этапы разработки рекламы.
4.	Рекламные идентификаторы. Основные элементы рекламного сообщения.
5.	Общетеоретические проблемы психологии рекламы. Воздействие рекламы на потребителей.
6.	Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Форма обучения – очная

Номер раздела	Содержание практических (семинарских) занятий

1.	Цели и задачи курса. Реклама как элемент продвижения. Определение рекламы. Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения. Реклама и PR. Реклама и стимулирование сбыта. Реклама и директ маркетинг. Реклама и спонсорство. Реклама в доиндустриальный период. Реклама в период промышленных революций. Реклама в постиндустриальный период. Реклама в дореволюционной России. Реклама в РФ в 20-е и 30-е годы. Реклама в СССР. Экспортная реклама в СССР. Реклама в России в 1990-1998г. Реклама в России после финансового кризиса 1998г. Государственное регулирование и саморегулирование рекламной деятельности в России. Роль Федерального закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики.
2.	Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Основы формирования рекламного образа. Above-the-line и below-the-line реклама. Реклама в СМИ (в газетах, журналах). Печатная реклама. Телевизионная и радиореклама. Реклама в кино. Рекламное размещение товаров. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Реклама в точках продажи. Рекламная литература. Сувенирная реклама. Почтовая реклама и директ маркетинг. Реклама в Интернете.
3.	Подготовка и проведение рекламной кампании. Этапы разработки рекламы. Этапы разработки рекламы: стадия исследования, стратегическая стадия. Уникальное торговое предложение. Позиционирование товара. 4P маркетинга, структура бренда. Этапы разработки рекламы: стадия реализации, стадия оценки. Полиграфическая реклама: допечатная подготовка, печать (виды печати), после печатная обработка печатной продукции. Определение рекламной кампании. Концепция рекламной кампании. Этапы подготовки и проведения рекламной кампании.
4.	Рекламные идентификаторы. Основные элементы рекламного сообщения. Рекламные идентификаторы. Понятие фирменного стиля. Фирменный цвет и шрифт. Торговая марка. Товарный знак. Композиция фирменного знака. Виды товарных знаков. Разработка товарного знака. Требования, предъявляемые к разработке товарного знака. Слоган. Упаковка. Структура рекламного сообщения: вербальные и визуальные составляющие. Графическая составляющая.
5.	Общетеоретические проблемы психологии рекламы. Воздействие рекламы на потребителей. Воздействие рекламы на потребителей. Поведение потребителей и процесс принятия решения о покупке. Оценка альтернативных вариантов и принятие решения о покупке. Восприятие потребительской ценности. Удовлетворенность потребителя перед совершением покупки и после покупки.

	Когнитивный диссонанс. Мотивация потребителей и факторы, влияющие на их восприятие. Восприятие потребителями рекламы. Основные модели восприятия рекламы. Барьеры восприятия.
6.	Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов. Творчество дизайнера в рекламе. Принципы дизайна рекламы. Компонировка рекламы. Допечатная подготовка полиграфической рекламы. Программы компьютерной графики и ее виды. Мультимедиа программы в подготовке рекламы.

3.4. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия учебным планом по курсу не предусмотрены.

3.5. Организация самостоятельной работы

Форма обучения – очная

Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1.	Место рекламы в маркетинговой деятельности компании. История рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности.	Самоподготовка Подготовка доклада
2.	Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Основы формирования рекламного образа.	Самоподготовка Подготовка доклада
3.	Подготовка и проведение рекламной кампании. Этапы разработки рекламы.	Самоподготовка Подготовка электронной презентации
4.	Рекламные идентификаторы. Основные элементы рекламного сообщения.	Самоподготовка Написание эссе
5.	Общетеоретические проблемы психологии рекламы. Воздействие рекламы на потребителей.	Самоподготовка Подготовка к проведению круглого стола
6.	Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов.	Самоподготовка Написание реферата

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Номер раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1.	ПЗ	Представление доклада. Технологии учебно-исследовательской деятельности, информационные технологии, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии работы с интерактивной доской	2
2.	ПЗ	Представление доклада. Технологии учебно-исследовательской деятельности, информационные технологии, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии работы с интерактивной доской	2
3.	ПЗ	Электронная презентация. Технологии учебно-исследовательской деятельности, информационные технологии, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии работы с интерактивной доской	2
4.	ПЗ	Эссе. Технологии учебно-исследовательской деятельности, информационные технологии, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии работы с интерактивной доской	2
5.	ПЗ	Круглый стол	2
6.	ПЗ	Защита реферата	2

5. Оценка деятельности студента при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля) представлен в Приложении.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания:

1. Политическая реклама: теория и практика : учеб. пособие / О. И. Макова. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 111 с.
2. Социально-культурная деятельность : учеб.- метод. пособие / Козырева С. В. - Чита : ЗабГУ, 2016. - 91 с.

3. Креативная реклама: методология, технологии, графический дизайн : учеб. пособие / В. С. Павлова. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 159 с.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Основы рекламы : Учебник и практикум / Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 552. <https://www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33>
2. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : Учебник / Щепилова Г.Г., Щепилов К.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 381. <https://www.biblio-online.ru/book/9E3BC42F-BA1D-4E53-9F8A-559A01D0F2F8>

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Реклама в туризме : учеб. пособие / Лиханова Виктория Валерьевна. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 172 с.
2. Реклама в коммуникационном процессе : учеб. пособие. Стандарт третьего поколения / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластущинская. - Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 304 с.
3. Маркетинг рекламы : учеб. пособие / Блюм М. А., Герасимов Б. И., Молоткова Н. В. - Москва : Форум, 2013. - 144 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Рекламное дело : Учебник и практикум / Карпова С.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 431. <https://www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7>
2. Социология и психология рекламы : Учебное пособие / Гуревич П.С. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 462. <https://www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4>

6.3. Справочно-библиографические издания

1. Справочник по политическому консультированию : справ. изд. / под ред. Д.Д. Перлматтера. - Москва : ИМИДЖ-Контакт : ИНФРА-М, 2002. - 330 с.

6.4. Периодические издания

6.4.1. Печатные издания

1. ПРЕСС-СЛУЖБА- журнал.2017

6.4.2. Электронные издания

1. РЕКЛАМА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА - журнал.2016

6.5. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <https://e.lanbook.com/> Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань».
2. <https://www.biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Юрайт»
3. <http://www.studentlibrary.ru/> Электронно-библиотечная система «Консультант студента»
4. <http://www.trmost.com/> Электронно-библиотечная система «Троицкий мост»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
<p>672039, г. Чита, ул. Амурская, 15, каб. 05-306.</p> <p>Кабинет экономики организации и управления персоналом. Предназначен для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>	<p>Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.</p> <p>Комплект мобильного оборудования, который организован в виде мобильного передвижного многофункционального комплекса (устанавливается по заявке преподавателя). Располагается в методическом кабинете 305.</p> <p>Доступ к сети Интернет и в обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>672039, г. Чита, ул. Амурская, 15, каб. 05-309.</p> <p>Кабинет самостоятельной работы</p>	<p>Комплекс специальной учебной мебели. Специализированная мебель для хранения литературы.</p> <p>Компьютерные устройства.</p> <p>Доступ к сети Интернет и в обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины (модуля)

1. Методические указания для обучающихся по планированию и организации времени, необходимого для освоения дисциплины.

Изучение рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, ее структурой и содержанием разделов (модулей), фондом оценочных средств, ознакомиться с учебно-методическим и информационным обеспечением дисциплины.

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждому практическому занятию и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме. Обучающиеся самостоятельно проводят предварительную подготовку к занятию, принимают активное и творческое участие в обсуждении теоретических вопросов, разборе проблемных ситуаций и поисков путей их решения.

Обучающимся рекомендуется следующим образом организовать время, необходимое для изучения дисциплины:

1. Изучение конспекта лекции в тот же день после лекции - 10 - 15 минут;
2. Повторение лекции за день перед следующей лекцией - 10 - 15 минут;
3. Изучение теоретического материала по учебнику и конспекту - 1 час в неделю;
4. Подготовка к практическому занятию - 1,5 часа.

При изучении курса следует внимательно слушать и конспектировать материал, излагаемый на аудиторных занятиях.

2. Методические указания по работе обучающихся во время проведения лекций.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию.

Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с

конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает преподаватель, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, необходимо использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал преподаватель. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Тематика лекций дается в рабочей программе дисциплины.

3. Методические указания обучающимся по подготовке к практическим занятиям.

На семинарских занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий.

Рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Ознакомление с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы;
2. Проработать конспект лекций;
3. Прочитать основную и дополнительную литературу.

В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у Вас отношение к конкретной проблеме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса;

4. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
5. Выполнить домашнее задание;

6. Проработать тестовые задания и задачи;

7. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Результат такой работы должен проявиться в способности свободно ответить на теоретические вопросы практикума, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания и контрольные работы, которые даются в фонде оценочных средств дисциплины.

Рекомендации по работе с литературой.

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу информационно-справочным материалам, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов, в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения.

В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет.

Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер, и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого обучающейся знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их

схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

4. Методические указания обучающимся по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и промежуточной аттестации. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания научно-квалификационной работы, практического применения полученных знаний.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях, практических занятиях;

- в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.

- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает следующие виды отчетности:

- подготовку и написание рефератов на заданные темы, изготовление презентаций;

- выполнение домашних заданий, поиск и отбор информации по отдельным разделам курса в сети Интернет.

В процессе изучения курса необходимо обратить внимание на самоконтроль знаний. С этой целью обучающийся после изучения каждой отдельной темы и затем всего курса по учебнику и дополнительной литературе должен проверить уровень своих знаний с помощью контрольных вопросов, которые помещены в конце каждой темы.

Для самостоятельного изучения отводятся темы, хорошо разработанные в учебных пособиях, и не могут представлять особенных трудностей при изучении.

Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

Разработчик/группа разработчиков

Доцент кафедры УП

Казарян И.Р.

Аннотация к рабочей программе

Техника и технология рекламы

Цель дисциплины: Целью дисциплины является формирование знаний и элементарных навыков работы в области рекламы как составляющей системы государственного и муниципального управления и мощном инструменте продвижения на рынок товаров услуг в соответствии с требованиями современной рыночной экономики.

1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: ОК 1-9, ПК 1.1, 1.2, 1.3,1.4,1.8

2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 54 часов.

3. Содержание дисциплины: Место рекламы в маркетинговой деятельности компании. История рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности. Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Основы формирования рекламного образа. Подготовка и проведение рекламной кампании. Этапы разработки рекламы. Рекламные идентификаторы. Основные элементы рекламного сообщения. Общетеоретические проблемы психологии рекламы. Воздействие рекламы на потребителей. Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов.

4. Форма промежуточной аттестации – зачет

Разработчик:

Доцент кафедры УП

Казарян И.Р.

Заочная форма обучения

1.3. Объем дисциплины с указанием трудоемкости всех видов учебной работы (для заочного обучения)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 54 часов.

Форма обучения - заочная

Виды занятий	Распределение по семестрам		Всего часов
	5 семестр		
1	2	3	
Общая трудоемкость	54	54	
Аудиторные занятия, в т.ч.:	14	14	
лекционные (ЛК)	8	8	
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6	
лабораторные (ЛР)	-	-	
Самостоятельная работа (СРС)	40	40	
Форма текущего контроля в семестре	зачет	зачет	

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Форма обучения – заочная

Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
			ЛК	ПЗ	ЛР	
1.	Место рекламы в маркетинговой деятельности компании. История рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности	12	2	2	-	8
2.	Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Основы формирования рекламного образа	10	2	2	-	6
3.	Подготовка и проведение рекламной кампании. Этапы разработки рекламы	8	2	-	-	6

4.	Рекламные идентификаторы. Основные элементы рекламного сообщения	6	-	-	-	6
5.	Общетеоретические проблемы психологии рекламы. Воздействие рекламы на потребителей	6	-	-	-	6
6.	Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов	12	2	2	-	8
Итого		54	8	6	-	40

3.2. Лекционные занятия

Форма обучения - заочная

Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1.	Место рекламы в маркетинговой деятельности компании. История рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности.
2.	Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Основы формирования рекламного образа.
3.	Подготовка и проведение рекламной кампании. Этапы разработки рекламы.
6.	Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Форма обучения – заочная

Номер раздела	Содержание практических (семинарских) занятий
1.	Цели и задачи курса. Реклама как элемент продвижения. Определение рекламы. Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения. Реклама и PR. Реклама и стимулирование сбыта. Реклама и директ маркетинг. Реклама и спонсорство. Реклама в

	<p>доиндустриальный период. Реклама в период промышленных революций. Реклама в постиндустриальный период. Реклама в дореволюционной России. Реклама в РФ в 20-е и 30-е годы. Реклама в СССР. Экспортная реклама в СССР. Реклама в России в 1990-1998г. Реклама в России</p> <p>после финансового кризиса 1998г. Государственное регулирование и саморегулирование рекламной деятельности в России. Роль Федерального закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики.</p>
2.	<p>Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Основы формирования рекламного образа. Above-the-line и below-the-line реклама. Реклама в СМИ (в газетах, журналах). Печатная реклама. Телевизионная и радиореклама. Реклама в кино. Рекламное размещение товаров. Наружная реклама.</p> <p>Реклама на транспорте. Реклама в точках продажи. Рекламная литература. Сувенирная реклама. Почтовая реклама и директ маркетинг. Реклама в Интернете.</p>
6.	<p>Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов. Творчество дизайнера в рекламе. Принципы дизайна рекламы. Компонировка рекламы. Допечатная подготовка полиграфической рекламы. Программы компьютерной графики и ее виды. Мультимедиа программы в подготовке рекламы.</p>

3.4. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия учебным планом по курсу не предусмотрены.

3.5. Организация самостоятельной работы

Форма обучения - заочная

Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1.	Место рекламы в маркетинговой деятельности компании. История рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности.	Самоподготовка Подготовка доклада

2.	Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Основы формирования рекламного образа.	Самоподготовка Подготовка доклада
3.	Подготовка и проведение рекламной кампании. Этапы разработки рекламы.	Самоподготовка
4.	Рекламные идентификаторы. Основные элементы рекламного сообщения.	Самоподготовка
5.	Общетеоретические проблемы психологии рекламы. Воздействие рекламы на потребителей.	Самоподготовка
6.	Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов.	Самоподготовка Написание реферата