

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»



Утверждаю
Декан СПФ

Т.В.Поштарева

«25» мая 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Реклама в средствах массовой информации»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки –2021

Разработана
д-р. ист. наук., доц. кафедры СГД
Н.В. Овсянникова

Согласована
Заведующая кафедрой СГД
Т.В.Поштарева

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «25» мая 2021 г.
протокол № 10
Зав. кафедрой Т.В. Поштарева

Одобрена
на заседании учебно-
методической
комиссии СПФ
от «25» мая 2021 г.
протокол № 9
Председатель УМК
Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2021 г.

Содержание

| | Стр. |
|--|------|
| 1. Цели освоения дисциплины | 3 |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП | 3 |
| 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине | 3 |
| 4. Объем дисциплины и виды учебной работы | 4 |
| 5. Содержание и структура дисциплины | 5 |
| 5.1. Содержание дисциплины | 5 |
| 5.2. Структура дисциплины | 6 |
| 5.3. Занятия семинарского типа | 7 |
| 5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) | 7 |
| 5.5. Самостоятельная работа | 7 |
| 6. Образовательные технологии | 8 |
| 7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации | 8 |
| 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | 8 |
| 8.1. Основная литература | 8 |
| 8.2. Дополнительная литература | 9 |
| 8.3. Программное обеспечение | 9 |
| 8.4. Профессиональные базы данных | 9 |
| 8.5 Информационные справочные системы | 9 |
| 8.6 Интернет-ресурсы | 9 |
| 8.7 Методические указания по освоению дисциплины | 9 |
| 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины | 14 |
| 10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья | 15 |
| Приложение к рабочей программе | 16 |

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Реклама в средствах массовой информации» является приобретение компетентности в области теории и технологий рекламы в средствах массовой информации; информационного сопровождения рекламной кампании с помощью СМИ; анализа и проектирования коммуникативной среды рекламной кампании; эффективного взаимодействия со СМИ специалиста по рекламе и пресс-службы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Реклама в средствах массовой информации» изучается как дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.17) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

| Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики) | Последующие дисциплины (курсы, модули, практики) |
|--|---|
| Основы рекламы и PR | Политическая реклама |
| Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг | Планирование и проведение рекламной кампании |
| | Этические основы рекламы и связей с общественностью |
| | Технологии производства рекламного продукта |
| | Разработка и проведение рекламной кампании |
| | Копирайтинг |
| | Рекламные технологии продвижения в сети Интернет |
| | Производственная практика |

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции | Результаты обучения |
|--|---|--|
| УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) | УК-4.1 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации | Знает нормы и правила государственного языка Российской Федерации Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Владеет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации |
| ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами | ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента | Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента |
| | ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников | Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и |

| | | | |
|--|--|---------------------------|------------|
| | | приоритетности информации | получаемой |
|--|--|---------------------------|------------|

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часа.

Очная форма обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Триместр |
|---|----------------|----------------|
| | | 7 |
| Контактная работа (всего) | 72,5 | 72,5 |
| в том числе: | - | - |
| 1) занятия лекционного типа (ЛК) | 20 | 20 |
| из них | - | - |
| - лекции | 20 | 20 |
| 2) занятия семинарского типа (ПЗ) | 50 | 50 |
| из них | - | - |
| - семинары (С) | - | - |
| - практические занятия (ПР) | 50 | 50 |
| - лабораторные работы (ЛР) | - | - |
| 3) групповые консультации | 2 | 2 |
| 4) индивидуальная работа | - | - |
| 5) промежуточная аттестация | 0,5 | 0,5 |
| Самостоятельная работа (всего) (СР) | 144,5 | 144,5 |
| в том числе: | - | - |
| Курсовой проект (работа) | - | - |
| Расчетно-графические работы | - | - |
| Контрольная работа | - | - |
| Реферат | - | - |
| Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) | 117 | 117 |
| Подготовка к аттестации | 26,5 | 26,5 |
| Общий объем, час | 216 | 216 |
| Форма промежуточной аттестации | экзамен | экзамен |

Заочная форма обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Триместр |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
| | | 8 |
| Контактная работа (всего) | 20,5 | 20,5 |
| в том числе: | - | - |
| 1) занятия лекционного типа (ЛК) | 6 | 6 |
| из них | - | - |
| - лекции | 6 | 6 |
| 2) занятия семинарского типа (ПЗ) | 14 | 14 |
| из них | - | - |
| - семинары (С) | - | - |
| - практические занятия (ПР) | 14 | 14 |
| - лабораторные работы (ЛР) | - | - |
| 3) групповые консультации | - | - |
| 4) индивидуальная работа | - | - |

| | | |
|---|----------------|----------------|
| 5) промежуточная аттестация | 0,5 | 0,5 |
| Самостоятельная работа (всего) (СР) | 195,5 | 195,5 |
| в том числе: | - | - |
| Курсовой проект (работа) | - | - |
| Расчетно-графические работы | - | - |
| Контрольная работа | - | - |
| Реферат | - | - |
| Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) | 187 | 187 |
| Подготовка к аттестации | 8,5 | 8,5 |
| Общий объем, час | 216 | 216 |
| Форма промежуточной аттестации | экзамен | экзамен |

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

| № раздела (темы) | Наименование раздела (темы) | Содержание раздела (темы) |
|------------------|--|--|
| 1. | История рекламы и средств массовой информации | Возникновение рекламы и становление рекламной деятельности и основных средств массовой информации (до изобретения печати). Новый этап западноевропейской рекламы до XIX в. Развитие западно-европейской рекламы в XIX в. Развитие североамериканской рекламы в XIX-XX вв. Развитие рекламы в России. Современные тенденции развития рекламы. |
| 2. | Правовое регулирование рекламы в средствах массовой информации | Органы, контролирующие соблюдение законодательства о СМИ. Общие и специальные требования, предъявляемые законодателем к рекламе. Особенности регулирования некоторых видов рекламы. Субъекты рекламной деятельности. СМИ как участник деятельности по созданию, размещению и распространению рекламы. Объекты обязательств по оказанию рекламных услуг. Принципы конкуренции, недобросовестная конкуренция. Ненадлежащая реклама как одна из форм проявления недобросовестной конкуренции. Виды ненадлежащей рекламы. Ответственность за ненадлежащую рекламу. Виды договоров, используемых СМИ в рекламной деятельности. Предмет договора, стороны, особые условия, права и обязанности сторон. Регулирование рекламы в зарубежных странах. |
| 3. | Природа и воздействие СМИ на массовую аудиторию | Коммуникация на телевидении и радио. Коммуникативные возможности СМИ. Система СМИ и структура редакции. Типология СМИ. Функции массовой информации. Доступ к информации и право на свободу информации. Основные положения Закона Российской Федерации «О СМИ». Журналистский текст и его функции. Понятие жанра и характеристика жанровых групп. Информационные и аналитические жанры. Публицистические жанры. Информационная повестка дня и картина. Этическая сторона регулирования рекламной деятельности. Негосударственное регулирование рекламной деятельности. Международный кодекс рекламной практики. |
| 4. | Реклама в коммуникационном процессе | Рекламоносители: стратегия и планирование. Печатные СМИ. Реклама в электронных СМИ. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Реклама ATL и BTL. Почтовая реклама и директ-маркетинг. Роль рекламного агентства в маркетинговом процессе. Нормы и правила государственного языка Российской Федерации в пределах различных каналов коммуникации в рекламе. |

| | | |
|----|--|---|
| 5. | Рекламный менеджмент СМИ | Роль управления в рекламном бизнесе. Субъекты, объекты и функции рекламного менеджмента. Информационное обеспечение рекламной деятельности. Планирование и контроль рекламной деятельности. Структура системы взаимоотношений рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя и потребителей международной рекламный менеджмент. Управление основными рекламными коммуникациями |
| 6. | Планирование и управление на стадии производства и распространения рекламы в СМИ | Проблемы разработки стратегии РК. Тактические решения. Задачи и специфика планирования. Творческие процессы составления рекламных сообщений. Тестирование и оценка рекламных сообщений. Производство рекламы. Покупка рекламного пространства и времени. Принципы функционирования коммуникационной инфраструктуры организации и процесса выпуска коммуникационного продукта в СМИ. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами. |

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

| № раздела (темы) | Наименование раздела (темы) | Количество часов | | | | | |
|------------------|--|------------------|-----------|----------|-----------|----------|------------|
| | | Всего | ЛК | С | ПР | ЛР | СР |
| 1. | История рекламы и средств массовой информации | 21 | 2 | - | 4 | - | 15 |
| 2. | Правовое регулирование рекламы в средствах массовой информации | 28 | 2 | - | 6 | - | 20 |
| 3. | Природа и воздействие СМИ на массовую аудиторию | 29 | 4 | - | 10 | - | 15 |
| 4. | Реклама в коммуникационном процессе | 34 | 4 | - | 10 | - | 20 |
| 5. | Рекламный менеджмент СМИ | 34 | 4 | - | 10 | - | 20 |
| 6. | Планирование и управление на стадии производства и распространения рекламы в СМИ | 41 | 4 | - | 10 | - | 27 |
| | Групповые консультации | 2 | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (экзамен) | 0,5 | | | | | |
| | Подготовка к аттестации | 26,5 | | | | | |
| | Общий объем | 216 | 20 | - | 50 | - | 117 |

Заочная форма обучения

| № раздела (темы) | Наименование раздела (темы) | Количество часов | | | | | |
|------------------|--|------------------|----|---|----|----|----|
| | | Всего | ЛК | С | ПР | ЛР | СР |
| 1. | История рекламы и средств массовой информации | 32 | - | - | 2 | - | 30 |
| 2. | Правовое регулирование рекламы в средствах массовой информации | 32 | - | - | 2 | - | 30 |
| 3. | Природа и воздействие СМИ на массовую аудиторию | 34 | 2 | - | 2 | - | 30 |
| 4. | Реклама в коммуникационном процессе | 36 | 2 | - | 2 | - | 32 |
| 5. | Рекламный менеджмент СМИ | 34 | - | - | 2 | - | 32 |
| 6. | Планирование и управление на стадии производства и распространения рекламы в СМИ | 39 | 2 | - | 4 | - | 33 |
| | Групповые консультации | | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (экзамен) | 0,5 | | | | | |
| | Подготовка к аттестации | 8,5 | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|-------------|-----|---|---|----|---|-----|
| | Общий объем | 216 | 6 | - | 14 | - | 187 |
|--|-------------|-----|---|---|----|---|-----|

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

| № п/п | № раздела (темы) | Вид занятия | Наименование | Количество часов |
|-------------|------------------|-------------|--|------------------|
| 1. | 1. | ПР | История рекламы и средств массовой информации | 4 |
| 2. | 2. | ПР | Правовое регулирование рекламы в средствах массовой информации | 6 |
| 3. | 3. | ПР | Природа и воздействие СМИ на массовую аудиторию | 10 |
| 4. | 4. | ПР | Реклама в коммуникационном процессе | 10 |
| 5. | 5. | ПР | Рекламный менеджмент СМИ | 10 |
| 6. | 6. | ПР | Планирование и управление на стадии производства и распространения рекламы в СМИ | 10 |
| Общий объем | | | | 50 |

Заочная форма обучения

| № п/п | № раздела (темы) | Вид занятия | Наименование | Количество часов |
|-------------|------------------|-------------|--|------------------|
| 1. | 1. | ПР | История рекламы и средств массовой информации | 2 |
| 2. | 2. | ПР | Правовое регулирование рекламы в средствах массовой информации | 2 |
| 3. | 3. | ПР | Природа и воздействие СМИ на массовую аудиторию | 2 |
| 4. | 4. | ПР | Реклама в коммуникационном процессе | 2 |
| 5. | 5. | ПР | Рекламный менеджмент СМИ | 2 |
| 6. | 6. | ПР | Планирование и управление на стадии производства и распространения рекламы в СМИ | 4 |
| Общий объем | | | | 14 |

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) *не предусмотрен*

5.5. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

| № раздела (темы) | Виды самостоятельной работы | Количество часов |
|------------------|---|------------------|
| 1-6 | Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка презентаций по теме Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию | 117 |
| 1-6 | Подготовка к аттестации | 26,5 |

Заочная форма обучения

| № раздела (темы) | Виды самостоятельной работы | Количество часов |
|------------------|---|------------------|
| 1-6 | Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка презентаций по теме Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию | 187 |
| 1-6 | Подготовка к аттестации | 8,5 |

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания, игровые упражнения)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft PowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Интерактивные и активные образовательные технологии

Очная форма обучения

| № раздела (темы) | Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР) | Используемые интерактивные и активные образовательные технологии | Количество часов |
|------------------|-----------------------------|--|------------------|
| 3. | ПР | Практическое задание | 2 |
| 6. | ПР | Практическое задание | 2 |

Заочная форма обучения

| № раздела (темы) | Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР) | Используемые интерактивные и активные образовательные технологии | Количество часов |
|------------------|-----------------------------|--|------------------|
| 3. | ПР | Практическое задание | 2 |
| 6. | ПР | Практическое задание | 2 |

Практическая подготовка обучающихся

| № раздела (темы) | Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР) | Виды работ | Количество часов | |
|------------------|--------------------------|--|------------------|-----|
| | | | ОФО | ЗФО |
| 4 | ПР | Разработать план дискуссии с фокус-группой (объект обсуждения - на выбор обучающегося, например, товар, компания, торговая марка и т.д.) | 2 | 2 |
| 6 | ПР | Разработать рекламное обращение (вид - на выбор обучающегося, например, информативное, увещательное, подкрепляющее и т.д.) | 2 | 2 |

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-7731-0503-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Головлева, Е. Л. Теория и практика современной коммуникации : учебник для вузов / Е. Л. Головлева, Д. А. Горский. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 192 с. — ISBN 978-5-906912-92-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74742.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. *Чефранов, С. Д.* Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для вузов / С. Д. Чефранов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13110-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/466069>.

8.2. Дополнительная литература

1. Маркасов, М. Ю. Теория и практика массовой информации : учебно-методический комплекс / М. Ю. Маркасов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 199 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69562.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Чепкина, Э. В. Проблемы толерантности в средствах массовой информации : учебно-методическое пособие / Э. В. Чепкина. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 116 с. — ISBN 978-5-7996-1898-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66580.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

1. Язык средств массовой информации : учебное пособие для вузов / О. В. Александрова, И. О. Александрова, Ю. Д. Артамонова [и др.] ; под редакцией М. Н. Володина. — Москва : Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ISBN 978-5-8291-0991-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Консультант плюс, Microsoft Office 2007 Standard.

8.4. Профессиональные базы данных

База данных Scopus - <http://elsevierscience.ru/products/scopus/>

Международная реферативная база журналов и статей Web of Science - <https://www.clarivate.ru/products/web-of-science/>

8.5. Информационные справочные системы

АНО ВО СКСИ - ИС: Библиотека

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» — <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

<https://www.yahoo.com/>

8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» -

<http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-uchebniki.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)-<https://нэб.рф>

Образовательный портал GeekBrains с доступом к онлайн-обучению (Learning Management System) и к курсам по четырем направлениям: программирование, дизайн, управление и маркетинг - <https://university.geekbrains.ru/>

Деловое информационное пространство РБК - www.rbk.ru

Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA) - <https://www.ipra.org/>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Методические указания для подготовки к лекции

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения. При описании закономерностей обращается особое внимание на сравнительный анализ конкретных примеров.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой АНО ВО СКСИ, в том числе ее электронными ресурсами, а также делает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения практики.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

- общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;
- особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;
- целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;
- временем, отведенным на изучение того или иного материала;
- уровнем подготовленности обучающихся;
- уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, технических средств.

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.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение

студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие

именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Кроме того, изучению должны быть подвергнуты различные источники права, как регламентирующие правоотношения, возникающие в рамках реализации основ права, так и отношения, что предопределяют реализацию их, либо следуют за ними.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке презентаций:

Презентация - частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой форме.

В качестве критериев могут быть выбраны:

- актуальность темы;
- соответствие содержания работы выбранной тематике;
- соответствие содержания и оформления работы установленным требованиям;
- обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи;
- новизна полученных данных;
- личный вклад магистра;
- возможности практического использования полученных данных.

1. Общие положения

Цель: конкретизировать знания и умения по изучаемой дисциплине, расширить кругозор студентов, изучить разделы курса, которые не рассматриваются в ходе аудиторных занятий.

Задачи:

- приобретение новых знаний;
- развитие умений систематизировать, обобщать и логично представлять изученный материал по исследуемым проблемам;
- совершенствование навыков работы по созданию презентаций PowerPoint.

2. Правила выполнения презентации

Работа представляется на диске в версии Office2010. Выполненная презентация после предварительной проверки обязательно защищается.

3. *Требования к оформлению презентации*
 1. Диск с работой должен быть подписан (Ф.И.О., направление подготовки, группа).
 2. На первом слайде (титальном) необходимо указать тему работы.
 3. На втором слайде презентации – план содержания.
 4. Последний слайд – сведения об авторе.
4. *Содержание презентации*
 1. Презентация включает в себя 12-15 слайдов любого оформления.
 2. Поместить на слайды 3-4 сканированных изображения.
 3. Разместить согласно тексту картинки или диаграммы.
 4. Использовать текстовые и звуковые эффекты, анимацию при переходах слайдов (по выбору).
 5. Возможно наличие в работе видеофайлов.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме экзамена определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение триместра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно пошаговое освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение триместра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к студентам также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы в единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:

- для проведения занятий лекционного типа – учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения занятий семинарского типа - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.

- для групповых консультаций - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.

- для самостоятельной работы обучающихся - аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
по дисциплине «Реклама в средствах массовой информации»**

**1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ
ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Описание показателей оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценивания и оценочные средства для оценивания результатов обучения по дисциплине

| Код и наименование формируемой компетенции | Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции | Показатели оценивания (результаты обучения) | Процедуры оценивания (оценочные средства) | |
|--|---|--|--|--------------------------------------|
| | | | текущий контроль успеваемости | промежуточная аттестация |
| УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) | УК-4.1 Ведёт обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации | Знает нормы и правила государственного языка Российской Федерации | Устный опрос (вопрос № 1-10); Тест (№1) | Устный опрос (вопрос № 1-14, 36, 37) |
| | | Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации | Презентация (тема № 1-20) Практические задания (№ 1, 3) | Практические задания (№ 1, 5, 6) |
| | | Владет навыками обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации | Практические задания (№ 1, 3) | Практические задания (№ 1, 5, 6) |
| ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами | ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента | Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента | Устный опрос (вопрос № 11-17); Тест (№1) | Устный опрос (вопрос № 15-25, 38-40) |
| | | Умеет распределять работу по созданию и редактированию контента | Презентация (тема № 1-20) Практические задания (№ 2) | Практические задания (№ 2, 4, 6) |
| | | Владет навыками координации работы по созданию и редактированию контента | Практические задания (№ 2) | Практические задания (№ 2, 4, 6) |
| | ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников | Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными | Устный опрос (вопрос № 18-25); Тест (№1) | Устный опрос (вопрос № 26-35) |

| Код и наименование формируемой компетенции | Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции | Показатели оценивания (результаты обучения) | Процедуры оценивания (оценочные средства) | |
|--|--|--|---|-------------------------------|
| | | | текущий контроль успеваемости | промежуточная аттестация |
| | | подписками, социальными сетями, форумами | | |
| | | Умеет работать с большими объемами информации | Презентация (тема № 1-20) Практические задания (№ 4, 5, 6) | Практические задания (№ 1,3) |
| | | Владеет навыками осуществления оценки общей значимости и приоритетности получаемой информации | Практические задания (№ 4, 5, 6) | Практические задания (№ 1, 3) |
| Знания, умения, навыки УК-4, ПК-2 | | | | Экзамен |

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Постоянный текущий контроль (после изучения каждой темы) позволяет обучающемуся систематизировать знания в разрезе отдельных тем дисциплины.

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях.

Методическое описание подготовки и проведения тестирования

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного опроса

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения презентаций

Темы презентаций предлагает преподаватель, студент может предложить свой вариант темы (обговаривается и согласовывается с преподавателем). Преподаватель определяет вид работы: индивидуальная или групповая. Результаты презентации оценивает преподаватель, могут быть привлечены студенты в рамках самооценки.

Список тем презентаций, а также критерии и шкала их оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Экзамен – это форма промежуточной аттестации по дисциплине, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: собеседование преподавателя со студентами по вопросу экзаменационного билета и решения практических заданий.

Билет к экзамену содержит 2 вопроса из перечня вопросов, а также практическое задание, приведенные в п. 3.5.

Вопросы к экзамену и варианты практических заданий доводятся до сведения студентов заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

Время на подготовку ответа – до 30 минут.

По истечении времени подготовки ответа, студент отвечает на вопросы экзаменационного билета. На ответ студента по каждому вопросу билета отводится, как правило, 3-5 минут.

После ответа студента преподаватель может задать дополнительные (уточняющие) вопросы или решение практико-ориентированных заданий в пределах предметной области экзаменационного задания.

После окончания ответа преподаватель объявляет обучающемуся оценку по результатам экзамена, а также вносит эту оценку в экзаменационную ведомость, зачетную книжку.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценочные средства, критерии и шкала оценки

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.1 Перечень типовых тестовых заданий

Тест № 1

1. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации – это...
 - а) репортаж
 - б) пресс-релиз
 - в) интервью
2. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов?
 - а) аналитические материалы
 - б) коммерческую информацию
 - в) новости
3. Главное требование к пресс-релизу?
 - а) наличие заголовка
 - б) наличие общественно-значимого факта
 - в) наличие аналитики
 - г) наличие коммерческой информации
4. ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» был принят Государственной Думой...
 - а) в 1995 году
 - б) в 1998 году
 - в) в 2000 году
5. Когда вступил в силу закон о СМИ?
 - а) в январе 1991 года
 - б) в феврале 1992 года
 - в) в январе 1990 года
6. Как называются организации, собирающие и, как правило, на платной основе, обеспечивающие новостями СМИ, государственные, общественные и коммерческие учреждения?
 - а) институты общественного мнения
 - б) информационные агентства

- в) службы мониторинга
7. Как называлась газета, появившаяся в свет при Петре Первом?
- а) «Вестник»
 б) «Ведомости»
 в) «Известия»
8. Какое условие является обязательным при составлении пресс-релиза?
- а) наличие новостей каждого района
 б) наличие заголовка
 в) наличие фамилии автора
 г) наличие агрегаторов новостей
9. Чему были посвящены первые газеты?
- а) правительственным новостям
 б) объявлениям
 в) интересным событиям
10. В каком году Цай Лунь изготовил первый лист бумаги?
- а) 105 н.э.
 б) 115 н.э.
 в) 205 н.э.
11. В каком году в Италии стали впервые делать бумагу?
- а) 1276 г
 б) 1376 г
 в) 1235 г
12. Где в 1348 году была построена первая бумажная мельница?
- а) Англия
 б) Испания
 в) Франция
13. До конца 18 века почти вся бумага делалась из...
- а) льняного и хлопкового тряпья
 б) древесной коры
 в) листьев кукурузных початков
14. Кто в 1800 году построил первую бумажную фабрику, способную выпускать бумагу из древесины и соломы?
- а) Стрейндж
 б) Кукс
 в) Шеффер
15. Производство чего в настоящее время делается из тряпичной ветоши?
- а) газеты
 б) открытки
 в) денежные купюры
16. Соотнесите, из какого языка происходит слово «газета» и что оно обозначает.
- | | |
|-----------------|----------------------------|
| а) немецкого | 1. листок бумаги |
| б) итальянского | 2. листок новостей |
| в) французского | 3. мелкая разменная монета |
17. Особенность репортажа заключается в...
- а) справедливости
 б) событийности
 в) точности
18. Одной из основных характеристик репортажа является...
- а) наличие проблемы
 б) наличие комментатора
 в) оперативность
 г) соответствие нормам и правилам государственного языка Российской Федерации.
19. К какому виду относится репортаж, транслируемый в эфир в момент совершения каких-то действий или событий?
- а) фиксированный
 б) прямой
 в) синхронный
 г) оперативный
 д) событийный

20. Функции телевидения?
- а) мобилизационная
 - б) психологическая
 - в) развлекательная
 - г) инновационная
21. В каком году началось телевизионное вещание в СССР?
- а) в 1931
 - б) в 1940
 - в) в 1945
22. Кто является «отцом» современного телевидения?
- а) Смирнов
 - б) Попов
 - в) Розинг
23. Кому принадлежит заслуга введения в обиход термина «телевидение»?
- а) П.И. Бахметьеву
 - б) К.Д. Перскому
 - в) А.Г. Столетову
24. Когда телевидение начало свое регулярное вещание?
- а) 1 октября
 - б) 1 ноября
 - в) 1 декабря
25. Основные способы передачи телевизионной информации?
- а) повременной
 - б) фрагментарный
 - в) последовательный
26. Какая из функций телевидения побуждает группы общественности к определенным социальным действиям?
- а) инновационная
 - б) информационная
 - в) развлекательная
 - г) мобилизационная
 - д) организационная
27. Какая дата считается днем создания радио?
- а) 5 мая 1885
 - б) 7 мая 1895
 - в) 12 мая 1895
28. Какой вид СМИ характеризуется широким охватом, высокими «проникающими» способностями и высокой частотой контакта?
- а) ТВ
 - б) журнал
 - в) радио
29. Основной строительный материал радиопередач?
- а) записи
 - б) слово
 - в) звук
 - г) музыка
30. Первым видом информации, распространявшейся в сети была...
- а) переписка
 - б) заметки о важных событиях дня
 - в) документы, описывавшие устройство и эксплуатацию Интернета
31. В каком году был установлен первый интерфейс?
- а) в 1940
 - б) в 1969
 - в) в 1985
32. Что послужило причиной подписания президентом США Эйзенхауэром документа о создании Агентства по перспективным научным проектам и исследованиям (DARPA)?
- а) достижения в области научно-технического прогресса
 - б) запуск Советским Союзом первого искусственного спутника Земли
 - в) разработка ракетных носителей для доставки ядерного и водородного оружия

33. Система NORAD рассматривалась как...
- система связи между научно-исследовательскими центрами и крупнейшими университетами
 - система для оперативного обмена информацией между учеными, занимающимися важными проблемами
 - система раннего оповещения о пусках ракет
34. Кто в октябре 1972 года организовал большую демонстрацию ARPANET на Международной конференции по компьютерным коммуникациям?
- Роберт Канн
 - С. Крокер
 - Дуг Энгельбарт
35. В каком году появился e-mail?
- 1972
 - 1970
 - 1957
36. Когда Интернет начали использовать для повседневных компьютерных коммуникаций, создания и редактирования контента люди разных категорий?
- с первого дня создания «Интернета»
 - к 1985 году
 - к 1988 году
37. Совет по развитию «Интернет» появился ...
- в 1972 году
 - в 1982 году
 - в 1992 году
38. Кем 24 октября 1995 года была одобрена резолюция, определяющая термин «Интернет»?
- Советом по конфигурационному управлению Интернетом
 - Советом по развитию «Интернет»
 - Федеральным сетевым советом

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

3.2 Перечень типовых практических заданий

Задание 1.

Проанализируйте способы осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах в рамках рекламы в СМИ, а также преимущества и недостатки газет и журналов как рекламоносителей с точки зрения размещения рекламы, предназначенной для продвижения:

- 1) Косметических средств;
- 2) Автомобилей;
- 3) Бытовой техники;
- 4) Продуктов питания;
- 5) Различного рода услуг.

Задание 2.

Опишите ход создания и редактирования контента в рекламе. Определите, какие стилистические приемы использованы в приведенных заголовках и слоганах. Какова их функциональная нагрузка?

- *Маленькая страна больших возможностей. Большой банк маленькой страны* (Внешторгбанк в Венгрии).
- *ВСТРЕЧАЙТЕ ЗИМУ сМЕХОМ* (меховые изделия).
- *... и Вы будете нами довольны!* (компания «ДиВо»).
- *Усыпите бессонницу* (лекарственное средство).
- *Ваши соседи уже обставились. Обставьте соседей!* (магазин мебели).
- *Площадь меньше Красной. Зато демонстрации каждый день* (Торговый дом).
- *Доставим радость!* (городская служба «Курьер»).
- *ДЕНЬГИ – это бумага, а хорошая бумага – это ДЕНЬГИ* (реклама специализированной выставки «Бумажный бум»).
- *Спам был, есть и будет. Но Вы его даже не заметите. Спамоборона* (Яндекс).

Задание 3.

Выберите любое понравившееся вам журнальное объявление. Какие функции выполняют присутствующие в нем элементы (рассматривается и вербальный, и невербальный компоненты)? Насколько удалось рекламодателю реализовать 5 целей эффективного рекламного текста (внимание, интерес, доверие/мотивация, желание, действие)?

Задание 4.

Изучите Российский рекламный кодекс и Федеральный Закон «О рекламе» и кратко расшифруйте понятия:

- Законность
- Благопристойность
- Честность
- Корректность
- Достоверность
- Недобросовестная реклама
- Недостоверная реклама
- Неэтичная реклама
- Заведомо ложная реклама
- Скрытая реклама.

Задание 5.

Охарактеризуйте принципы осуществления оценки значимости и приоритетности получаемой информации в процессе выпуска коммуникационного продукта в СМИ. Определите источник цитирования и попытайтесь сформулировать причины использования интертекстуальных вкраплений (цитатное письмо и интерстилевое тонирование) в следующих слоганах:

- *Быстрее. Послушнее. Сильнее.* (шины «Fulda» - немецкие технологии).
- *Мыслью, следовательно, покупаю* («LG»).
- *Клава молодежная: простая и надежная!* (клавиатуры для компьютера).
- *- Do you speak English? – He-a* (курсы иностранных языков).
- *Обалденный пылесос!* (пылесосы «BISSEL»).

Задание 6.

Выберите любое печатное СМИ и попробуйте охарактеризовать его с точки зрения социально-экономических, географических и психологических особенностей целевой аудитории. Проанализируйте, какие товары рекламируются в этом издании. Соответствует ли рекламная информация особенностям целевой аудитории и тематике/ стилю той информации, которая размещается в данном СМИ?

Критерии и шкала оценивания решения практического задания

| Оценка | Критерии |
|--------------------------|---|
| Отлично | <i>Отлично</i> ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся, демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям. |
| Хорошо | <i>Хорошо</i> ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям. |
| Удовлетворительно | При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под |

| | |
|----------------------------|---|
| | руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям. |
| Неудовлетворительно | При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям. |

3.3 Перечень типовых тем презентаций

1. Развитие рекламы в России.
2. СМИ как участник деятельности по созданию, размещению и распространению рекламы.
3. Правовое регулирование рекламы в РФ.
4. Типология СМИ.
5. Негосударственное регулирование рекламной деятельности.
6. Международный кодекс рекламной практики.
7. Печатные СМИ.
8. Реклама в электронных СМИ и проблемы создания и редактирования контента.
9. Наружная реклама.
10. Реклама на транспорте.
11. Реклама ATL и BTL.
12. Почтовая реклама и директ-маркетинг.
13. Роль рекламного агентства в маркетинговом процессе.
14. Место рекламы в работе с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
15. Информационное обеспечение рекламной деятельности.
16. Планирование и контроль рекламной деятельности.
17. Структура системы взаимоотношений рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя и потребителей международного рекламный менеджмент.
18. Управление основными рекламными коммуникациями
19. Проблемы разработки стратегии РК. Тактические решения.
20. Творческие процессы составления рекламных сообщений и нормы и правила государственного языка Российской Федерации.

Критерии и шкала оценки исполнения творческих заданий (презентаций)

| Оценка | Критерии |
|----------------|--|
| Отлично | Отлично ставится, если содержание работы полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять презентацию. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Содержание работы полностью соответствует выбранной тематике. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Студент продемонстрировал в полном объеме: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад студента в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям. |
| Хорошо | Хорошо ставится, если содержание работы достаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить презентацию, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Достаточно полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний учебного материала и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Достаточно обоснование возможности практического использования полученных данных. Достаточно продемонстрирован личный |

| | |
|----------------------------|--|
| | вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям. |
| Удовлетворительно | При удовлетворительном ответе содержание работы недостаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Недостаточно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Научная терминология используется недостаточно, выводы недостаточно обоснованы. Студент, обнаруживший знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Личный вклад студента в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям. |
| Неудовлетворительно | При неудовлетворительном ответе содержание работы не соответствует заданию. Выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении презентации. Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем творческого продукта. Оформление работы не отвечает установленным требованиям. |

3.4 Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Охарактеризуйте процесс возникновения рекламы и становления рекламной деятельности.
2. Опишите нормы и правила государственного языка Российской Федерации в рекламной деятельности.
3. Опишите процессы развития западно-европейской рекламы в XIX в.
4. Опишите процессы развития североамериканской рекламы в XIX-XX вв.
5. Охарактеризуйте развитие рекламы в России и его современные тенденции.
6. Какие органы контролируют соблюдение законодательства о СМИ?
7. Проанализируйте общие и специальные требования, предъявляемые законодателем к рекламе.
8. Каковы субъекты рекламной деятельности?
9. Охарактеризуйте СМИ как участника деятельности по созданию, размещению и распространению рекламы.
10. Каковы объекты обязательств по оказанию рекламных услуг?
11. В чем заключается ответственность за ненадлежащую рекламу?
12. Перечислите виды договоров, используемых СМИ в рекламной деятельности.
13. В чем состоят содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента?
14. Опишите коммуникативные возможности СМИ.
15. Охарактеризуйте систему СМИ и структуру редакции.
16. Проанализируйте типологию СМИ и функции массовой информации.
17. Сравните категории доступ к информации и право на свободу информации.
18. Что такое журналистский текст и каковы его функции?
19. Опишите понятие жанра и дайте характеристику основных жанровых групп.
20. В чем состоит специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами?
21. Какова этическая сторона регулирования рекламной деятельности?
22. В чем заключается негосударственное регулирование рекламной деятельности?
23. Охарактеризуйте Международный кодекс рекламной практики.
24. Перечислите виды печатных СМИ.
25. Охарактеризуйте рекламу в электронных СМИ.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

| Оценка | Критерии ответа |
|---------|---|
| Отлично | Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития средств массовой информации; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем рекламы в СМИ используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. |

| | |
|---------------------|--|
| Хорошо | Хорошо ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. |
| Удовлетворительно | При удовлетворительном ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно. |
| Неудовлетворительно | В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание основ рекламной деятельности в СМИ; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии. |

Типовые задания для промежуточной аттестации

3.5 Контрольные вопросы для устного ответа и перечень практических заданий на экзамене

3.5.1 Перечень практических заданий

Задание 1.

Проанализируйте рекламные материалы, размещенные в неспециализированной прессе. Выберите несколько рекламных объявлений продуктов одной товарной группы. Какие функции выполняют присутствующие в них вербальные и невербальные компоненты? Насколько удалось рекламопроизводителям и рекламодателю реализовать 5 цели эффективного рекламного текста:

- привлечь внимание,
- формировать интерес,
- вызывать доверие/мотивация, желание, действие?

Задание 2.

Изучите Российский рекламный кодекс и Федеральный Закон «О рекламе» и кратко расшифруйте следующие понятия:

- Благопристойность
- Честность
- Корректность
- Достоверность
- Недобросовестная реклама
- Недостоверная реклама
- Незтичная реклама
- Заведомо ложная реклама

Задание 3.

Определите источник цитирования и попытайтесь сформулировать причины использования интертекстуальных вкраплений (цитатное письмо и интерстилевое тонирование) в следующих слоганах:

- *Быстрее. Послушнее. Сильнее.* (шины «Fulda» - немецкие технологии).
- *Мыслию, следовательно, покупаю* («LG»).
- *Клава молодежная: простая и надежная!* (клавиатуры для компьютера).
- *- Do you speak English? – He-a* (курсы иностранных языков).
- *Обалденный пылесос!* (пылесосы «BISSEL»).

Охарактеризуйте принципы осуществления оценки значимости и приоритетности получаемой информации в процессе выпуска коммуникационного продукта в СМИ.

Задание 4.

Проанализируйте печатные издания вашего региона и попробуйте охарактеризовать социально-экономические, географические и психологические особенности их целевых аудиторий. Какие товары рекламируются в этих изданиях? Соответствует ли рекламная информация характеристикам целевой аудитории и тематике издания, в котором она размещена?

Задание 5.

Проанализируйте способы осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах в рамках рекламы в СМИ, а также преимущества и недостатки газет и журналов как рекламоносителей с точки зрения размещения рекламы, предназначенной для продвижения:

- 6) Косметических средств;
- 7) Автомобилей;
- 8) Бытовой техники;
- 9) Продуктов питания;
- 10) Различного рода услуг.

Задание 6.

Опишите ход создания и редактирования контента в рекламе. Определите, какие стилистические приемы использованы в приведенных заголовках и слоганах. Какова их функциональная нагрузка?

• *Маленькая страна больших возможностей. Большой банк маленькой страны* (Внешторгбанк в Венгрии).

- *ВСТРЕЧАЙТЕ ЗИМУ СМЕХОМ* (меховые изделия).
- *... и Вы будете нами довольны!* (компания «ДиВо»).
- *Усыпите бессонницу* (лекарственное средство).
- *Ваши соседи уже обставились. Обставьте соседей!* (магазин мебели).
- *Площадь меньше Красной. Зато демонстрации каждый день* (Торговый дом).
- *Доставим радость!* (городская служба «Курьер»).
- *ДЕНЬГИ – это бумага, а хорошая бумага – это ДЕНЬГИ* (реклама специализированной выставки «Бумажный бум»).

Спам был, есть и будет. Но Вы его даже не заметите. Спамоборона (Яндекс).

3.5.2 Контрольные вопросы для устного ответа на экзамене

1. Возникновение рекламы и становление рекламной деятельности и основных средств массовой информации (до изобретения печати).
2. Новый этап западноевропейской рекламы до XIX в.
3. Развитие западно-европейской рекламы в XIX в.
4. Развитие североамериканской рекламы в XIX-XX вв.
5. Развитие рекламы в России. Современные тенденции развития рекламы.
6. Органы, контролирующие соблюдение законодательства о СМИ.
7. Общие и специальные требования, предъявляемые законодателем к рекламе. Нормы и правила государственного языка Российской Федерации.
8. Субъекты рекламной деятельности.
9. СМИ как участник деятельности по созданию, размещению и распространению рекламы.
10. Объекты обязательств по оказанию рекламных услуг.
11. Ответственность за ненадлежащую рекламу.
12. Виды договоров, используемых СМИ в рекламной деятельности.
13. Регулирование рекламы в зарубежных странах.
14. Коммуникативные возможности СМИ.
15. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
16. Типология СМИ. Функции массовой информации.
17. Доступ к информации и право на свободу информации.
18. Журналистский текст и его функции.
19. Понятие жанра и характеристика жанровых групп.
20. Информационные и аналитические жанры.
21. Публицистические жанры.
22. Этическая сторона регулирования рекламной деятельности.
23. Негосударственное регулирование рекламной деятельности.
24. Международный кодекс рекламной практики.
25. Печатные СМИ.
26. Реклама в электронных СМИ и специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
27. Наружная реклама.
28. Реклама на транспорте.
29. Реклама ATL и BTL.
30. Почтовая реклама и директ-маркетинг.
31. Роль рекламного агентства в маркетинговом процессе.

32. Роль управления в рекламном бизнесе.
33. Информационное обеспечение рекламной деятельности.
34. Планирование и контроль рекламной деятельности.
35. Структура системы взаимоотношений рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя и потребителей международного рекламный менеджмент.
36. Управление основными рекламными коммуникациями
37. Проблемы разработки стратегии РК. Тактические решения.
38. Творческие процессы составления рекламных сообщений.
39. Тестирование и оценка рекламных сообщений.
40. Покупка рекламного пространства и времени.

Критерии и шкала оценки экзамена по дисциплине

| Оценка | Критерии ответа |
|----------------------------|--|
| Отлично | Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; обучающийся свободно владеет научной терминологией; ответ структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов по вопросу билета; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; обучающийся демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся демонстрирует умение свободно выполнять практическое задание; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. |
| Хорошо | Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, обучающийся способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; обучающийся не может назвать авторов той или иной теории по вопросу билета; ответ прозвучал недостаточно уверенно; обучающийся не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики. Обучающийся демонстрирует умение успешно выполнить задание, при этом допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. |
| Удовлетворительно | Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программные материалы в основном излагаются, но допущены фактические ошибки; обучающийся не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; обучающийся не может привести пример для иллюстрации теоретического положения; отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у обучающегося отсутствуют представления о межпредметных связях. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, выводы не обоснованы. |
| Неудовлетворительно | Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обнаружено незнание или непонимание предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые обучающийся не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена обучающийся затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. |

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Реклама в средствах массовой информации»
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024 учебный год



С Т В Е Р Ж Д А Ю
Декан социально-психологического факультета

Т.В. Поштарева
«19» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=16yr3dpf27651016965

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>


Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>


Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>


Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>

Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ «19» мая 2023 г. протокол № 9
Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова
«19» мая 2023 г. протокол № 9