



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.
Носова»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Л.Н. Санникова

06.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И PR

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация) программы
Коммуникации в цифровой среде

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
Курс	1

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
25.12.2024, протокол № 6

Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО
06.02.2025 г. протокол № 6

Председатель _____ Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:
доцент кафедры РЯОЯиМК, кандидат филологических наук
_____ А.М.Максимова

Рецензент:
старший научный сотрудник Научно-исследовательской Словарной
лаборатории НИИ ИАФ ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И. Носова" РЯОЯиМК, кандидат
филологических наук _____ А.А.Осипова

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2030 - 2031 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

- развить способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- развить способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Основы рекламы и PR входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Государственная национальная политика РФ в области СМИ

Текст и дискурс

Дизайн СМИ

Лингвокультурология

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Организация работы пресс-службы

Система жанров массовой коммуникации

Социология массовых коммуникаций

Проектная деятельность

Разработки и реализация PR-стратегии

Социология рекламной деятельности

Стратегия digital-продвижения

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Основы рекламы и PR» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-1 Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-1.1	Осуществляет поиск и отбор информации из доступных источников
ПК-1.2	Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения
ПК-1.3	Соблюдает профессиональные и этические нормы на всех этапах работы
ПК-1.4	Готовит к публикации медиатекст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа
ПК-2 Способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	
ПК-2.1	Приводит медиатекст и (или) продукт в соответствие с языковыми нормами
ПК-2.2	Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в медиатексте и (или) продукте
ПК-2.3	Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании медиатекста и (или) продукта

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц 288 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 13 акад. часов;
- аудиторная – 10 акад. часов;
- внеаудиторная – 3 акад. часов;
- самостоятельная работа – 262,4 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;
- подготовка к экзамену – 12,6 акад. час
- подготовка к зачёту – 12,6 акад. час

Форма аттестации - экзамен, зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1								
1.1 Цели и задачи рекламной деятельности	1	1		1	20	Составление конспекта	Проверка конспекта	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
1.2 История рекламы		1		1	20	Разработка глоссария	Презентация глоссария	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
1.3 Особенности современного рынка рекламы		1		1	20	Подготовка к дискуссии	Участие в дискуссии	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
Итого по разделу		3		3	60			
2. Раздел 2								
2.1 Субъекты рекламной деятельности	1	1		1	20	Выполнение индивидуальной творческой работы	Оценка индивидуальных работ	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
2.2 Правовое регулирование рекламной деятельности				1	20	Составление конспекта	Устный ответ (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
2.3 Требования к рекламе				1	20	Составление конспекта	Устный отчет (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4

Итого по разделу		1		3	60			
3. Раздел 3								
3.1 Классификация средств рекламы.	1				20	Выполнение индивидуальной творческой работы	Проверка индивидуальной творческой работы	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
3.2 Печатные средства массовой информации					20	Составление конспекта	Устный отчет (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
3.3 Средства почтовой реклама					20	Разработка глоссария	Презентация глоссария	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
3.4 Средства наружной рекламы					20	Написания эссе	Проверка эссе	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
3.5 Вспомогательные средства рекламы					20	Выполнение индивидуальной творческой работы	Презентация работ	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
Итого по разделу					100			
4. Раздел 4								
4.1 Планирование рекламных кампаний	1				20	Выполнение индивидуальной творческой работы	Презентация работ	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
4.2 Оценка эффективности рекламы					22,4	Выполнение индивидуальной творческой работы	Презентация работ	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
Итого по разделу					42,4			
Итого за семестр		4		6	262,4		экзамен,зачёт	
Итого по дисциплине		4		6	262,4		экзамен, зачет	

5 Образовательные технологии

Для формирования компетенций и реализации предусмотренных видов учебной работы в учебном процессе используются следующие технологии.

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные и информационные технологии:

на практических занятиях:

- разбор конкретных ситуаций;
- исследовательский метод;
- работа в команде;
- тренинги (навыковые);
- IT-методы;

в самостоятельной работе:

- поисковый метод;
- исследовательский метод;
- обучение в электронной образовательной среде с использованием Интернет-ресурсов (IT-методы).

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Лимарев, П. В. Производство рекламных продуктов: конспект лекций : учебное пособие / П. В. Лимарев, Ю. А. Лимарева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2014. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/179> (дата обращения: 21.04.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.
2. Питько, О. А. Азбука рекламы : учебное наглядное пособие / О. А. Питько, В. В. Бекмурзина-Сошникова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2015. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/ToView/20774?idb=db0109> (дата обращения: 21.04.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Режим доступа: для авторизованных пользователей. - Сведения доступны также на CD-ROM.
3. Питько, О. А. Связи с общественностью в бизнесе : учебно-методическое пособие / О. А. Питько, О. С. Пищугина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1595> (дата обращения: 21.04.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

б) Дополнительная литература:

1. Питько, О. А. Великие персоны в рекламе и PR : учебное пособие / О. А. Питько ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1569> (дата обращения: 21.04.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Питько, О. А. Мотивация в рекламе и PR : учебное наглядное пособие / О. А. Питько ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2015. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/ToView/20776?idb=db0109> (дата обращения: 21.04.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Режим доступа: для авторизованных пользователей. - Сведения доступны также на CD-ROM.

в) Методические указания:

Представлены в приложении 3

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (Доска, мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации).

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Доска, мультимедийный проектор, экран)

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета).

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации).

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает конспектирование лекции, также предполагает выполнение практических заданий по определенной теме.

Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт».

Методические указания: после прочтения текста следует заполнить таблицу ИНСЕРТ. В нее необходимо записывать только ключевые слова или фразы.

V + - ?

Пояснение:

«V» — уже знал

«+» — новое

«-» — думал иначе

«?» — не понял, есть вопросы

Составление плана ответа на вопросы для самопроверки.

Методические указания: в процессе составления плана ответы на вопросы необходимо использовать конспект лекции, ЭОРы. Необходимо кратко формулировать основные мысли, положения изучаемого материала. Приступая к освоению записи в виде плана ответов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает. Задание закрепляет и систематизирует знания.

Составление вопросов к текстам лекций по предложенным образцам. Методические указания. При формулировании вопросов, которые студенты составляют самостоятельно, опираясь на тему лекционного материала, целесообразно принимать во внимание следующие примеры:

- 1). Изобрази схематично строение....
- 2). Сделай соответствующие обозначения....
- 3). Воспроизведи схемы....
- 4). Обозначь основные элементы....

5). Выдели отличительные особенности...

Разные по сложности, разнообразные по характеру и форме образцы вопросов направляют мышление студентов на поиски ответов, а затем и на самостоятельную формулировку вопросов, что является приобщением к умственному труду.

Составление тестовых заданий по предложенным правилам (тесты с множественным ответом, тесты на соотнесение, тесты с выбором ответа «верно/неверно»).

Примерные вопросы к экзамену:

1. Понятие и субъекты рекламной деятельности
2. Рекламная деятельность как вид предпринимательской деятельности.
3. Понятие и признаки предпринимательской деятельности
4. Предмет и метод правового регулирования предпринимательской деятельности
5. Источники предпринимательской деятельности.
6. Рекламодатель как субъект рекламной деятельности.
7. Рекламопроизводитель как участник рекламной деятельности.
8. Рекламораспространитель как участник рекламной деятельности.
9. Потребители рекламы, спонсоры.
10. Антимонопольный орган и его территориальные органы как участники отношений в сфере рекламной деятельности.
11. Общие требования к рекламе.
12. Специальные требования к рекламе.
13. Ограничения, установленные Федеральным законом от 13.03.2006 г № 38-ФЗ "О рекламе".
14. Ненадлежащая реклама.
15. Принятие закона РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».
16. Обзор Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».
17. Запрет на рекламу алкогольных напитков и табака, пропаганду запрещенных методов лечения и лекарственных средств. Основные положения законов об охране здоровья граждан: ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011 № 323-ФЗ, ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака Страница 16 из 21 или потребления никотиносодержащей продукции» от 23.02.2013 г №15-ФЗ.
18. Предотвращение распространения недобросовестной рекламы. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г.
19. Контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе.
20. Права антимонопольного органа в области рекламы.
21. Полномочия федерального антимонопольного органа.
22. Контроль в сфере производства и распространения рекламы со стороны объединения рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей и иных лиц, создаваемых в форме ассоциации, союза или некоммерческого партнёрства.
23. Признаки ненадлежащей рекламы.

24. Понятие недобросовестной рекламы.
25. Понятие недостоверной рекламы.
26. Основные юридически значимые обстоятельства неэтичной рекламы, заведомо ложной рекламы, скрытой рекламы.
27. Понятие договора, сделки.
28. Виды гражданско-правовых договоров.
29. Правовое регулирование договоров в сфере рекламы.
30. Содержание и правовая характеристика договоров в сфере рекламы.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-1: Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		
ПК-1.1: Осуществляет поиск темы, отбирает релевантную информацию из доступных источников и проверяет ее достоверность		
Знать	- этапы создания рекламного обращения; - пути творческого решения рекламной задачи	Перечень теоретических вопросов 1. Целевая аудитория: понятие, специфика, необходимость четкого таргетирования 2. Способы сегментирования целевой аудитории 3. Опишите прямой маркетинг и его виды 4. Опишите этапы создания рекламного обращения 5. Охарактеризуйте пути творческого решения рекламной задачи
Уметь	- планировать процесс создания рекламного обращения; - ориентироваться в процессе творческого решения рекламной задачи	Практические задания 1. Опишите маркетинговые цели городского рекламного агентства (на выбор) 2. Напишите план создания рекламного обращения для размещения в печатном СМИ.
Владеть	- навыками осуществления процесса создания рекламного обращения; - навыками реализации процесса творческого решения рекламной задачи	Пример комплексного задания по курсу Охарактеризуйте носители наружной рекламы в городе. Подготовьте презентацию с полученными результатами.
ПК-1.2: Соблюдает профессиональные и этические нормы на всех этапах работы		
Знать	- особенности государственного регулирования рекламной деятельности в России, Кодекс рекламной деятельности; - обязательные и специфичные требования к рекламе	Перечень теоретических вопросов 1. Кодекс рекламной деятельности 2. Государственное регулирование рекламной деятельности в России 3. Обязательные требования к рекламе 4. Специфичные требования к рекламе отдельных товаров 5. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу
Уметь	- ориентироваться в	Практические задания

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	государственном регулировании рекламной деятельности в России, Кодексе рекламной деятельности; - ориентироваться в обязательных и специфичных требованиях к рекламе	1. Проанализировать несколько рекламных сообщений на предмет соблюдения ФЗ «О рекламе», Кодекса рекламной деятельности. Сделать презентацию с результатами исследования 2. Написать эссе, в котором отразить свое отношение к обязательным и специфичным требованиям к рекламе
Владеть	- навыками применения ФЗ «О рекламе», Кодекса рекламной деятельности; - навыками учета обязательных и специфичных требований к рекламе в профессиональной деятельности	Пример комплексного задания Составить текст рекламного сообщения и охарактеризовать его на предмет соблюдения ФЗ «О рекламе», Кодекса рекламной деятельности.
ПК-1.3: Готовит к публикации журналистский текст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа		
Знать	- терминологический аппарат дисциплины; - цели, задачи, виды рекламных агентств	Перечень теоретических вопросов 1. В чем заключаются основные сложности управления творческим коллективом? 2. Выделите основные подходы в управлении творческим коллективом 3. В чем заключается специфика коллектива рекламного агентства? 4. Охарактеризуйте кадровый состав рекламного агентства. 5. Охарактеризуйте классификации рекламных агентств.
Уметь	- ориентироваться в терминологическом аппарате дисциплины; - характеризовать цели, задачи, виды рекламных агентств	Практические задания 1. Сравните разные средства и технологии с позиций их эффективности с учетом стоимости рекламного контракта и обоснуйте их выбор 2. Возьмите любой рекламный текст и повысьте его эффективность. Оцените его, используя методы расчета эффективности
Владеть	- навыками применения на практике терминологического аппарата дисциплины;	Пример комплексного задания по курсу Спланируйте рекламную акцию, выберите средства распространения рекламы. Аргументируйте

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	- навыками выявления целей, задач, видов рекламных агентств	
ПК-2: Способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа		
ПК-2.1: Приводит журналистский текст и (или) продукт в соответствие с языковыми нормами		
Знать	- основные орфографические, пунктуационные, стилистические нормы; - алгоритм стилистического анализа рекламных текстов	Перечень теоретических вопросов 1. Стилистика рекламы. 2. Языковые средства привлечения внимания к рекламному тексту. 3. Тропы в рекламных текстах. 4. Стилистические фигуры в рекламных текстах. 5. Афористика в рекламных текстах. 6. Звукопись в рекламных текстах. 7. Шок и эпатаж в рекламе.
Уметь	- создавать и редактировать тексты в соответствии с современными языковыми нормами; - находить ошибки стилистико-языкового характера в рекламных текстах	Практические задания: 1. Подготовьте выступление, отражающее вашу личную точку зрения, для дискуссии на тему «Особенности современного рынка рекламы». 2. Подготовьте иллюстративные примеры, отражающие достоинства и недостатки современной рекламы.
Владеть	- навыками применения полученных знаний в профессиональной сфере; - навыками стилистического анализа рекламных текстов и их композиционных элементов	Пример комплексного задания по курсу: Составьте портрет типичного потребителя рекламы в следующих социальных сетях: Facebook, ВКонтакте, Twitter, Telegram, Одноклассники. Подготовьте рекламный текст для публикации в вышеперечисленных социальных сетях
ПК-2.2: Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте		
Знать	- особенности рекламы в сфере услуг; - методы привлечения внимания к	Перечень теоретических вопросов 1. Понятие рекламы и ее назначение 2. Особенности рекламы в сфере услуг 3. Понятие имиджевой рекламы 4. Психологические факторы формирования интереса потребителей рекламы

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	рекламному сообщению	5. Методы привлечения внимания к рекламному сообщению 6. Правила составления рекламного текста, повышающие его запоминаемость
Уметь	- выявлять особенности рекламы в сфере услуг; - предлагать методы привлечения внимания к рекламному сообщению в профессиональной деятельности	Практические задания: 1. Провести контент-анализ рекламных текстов из газет бесплатных частных объявлений. Представить результаты в презентации. 2. Провести контент-анализ рекламных текстов из рекламно-информационных изданий. Представить результаты в презентации.
Владеть	- навыками учета особенностей рекламы в сфере услуг; - навыками применения методов привлечения внимания к рекламному сообщению в профессиональной деятельности	Пример комплексного задания по курсу: Разработать информационно-рекламный проект продвижения товаров или услуг социального формата
ПК-2.3: Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта		
Знать	- специфику и компоненты разнообразных рекламных средств общения; - композиционное строение рекламного текста	Перечень теоретических вопросов 1. Специфику и компоненты разнообразных рекламных средств общения 2. композиционное строение рекламного текста 3. Понятие, сущность и механизмы формирования стереотипов в рекламе 4. Способы преодоления рекламно-коммуникационных барьеров 5. Функции рекламного текста 6. Зависимость рекламного текста от видов мышления
Уметь	- ориентироваться в специфике и видах компонентов разнообразных рекламных средств общения; - выявлять элементы композиционного	Практическое задание: 1. Напишите эссе на тему: «Заголовок рекламы. Что делает его выразительным?» 2. Составьте несколько вариантов заголовка (предмет рекламы выберите самостоятельно)

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	строения рекламного текста	
Владеть	– навыками работы с различными информационными источниками	Пример комплексного задания по курсу: Опишите процесс создания индивидуального брэнда. Создайте альтернативу брэнда известной торговой марки.

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Примерная структура и содержание пункта:

Промежуточная аттестация по дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, проводится в форме зачеты и экзамена.

Зачет по данной дисциплине проводится в устной форме и включает 1 теоретический вопрос. При подготовке к устному зачету обучающийся ведет записи на листе подготовки к ответу, который затем сдает преподавателю, проводящему зачет. С целью выяснения глубины знаний можно задавать обучающимся не более 2-3 дополнительных вопросов в рамках тем.

Показатели и критерии оценивания зачета:

– на оценку «зачтено» – студент должен показать высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– на оценку «не зачтено» – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Экзамен является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лекционных, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы, и имеет целью проверку знаний студентов по теории и выявление навыков применения полученных знаний при решении практических задач, а также навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой.

Студенты допускаются к сдаче экзамена при выполнении условий:

- полностью выполнены все домашние задания;
- успешно решены тесты (не менее 50% от максимального балла).

Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах.

Литература для подготовки к экзамену рекомендуется преподавателем.

Экзамен проводится по билетам, охватывающим весь пройденный материал. Билет состоит из двух теоретических вопросов по определенным темам.

По окончании ответа преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Результаты экзамена объявляются студенту после окончания ответа в день сдачи.

Показатели и критерии оценивания экзамена:

– на оценку «отлично» – студент должен показать высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и

вынесения критических суждений;

- на оценку **«хорошо»** – студент должен показать знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

- на оценку **«удовлетворительно»** – студент должен показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;

- на оценку **«неудовлетворительно»** – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Методические указания

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.
- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.
- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.
- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помещать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.
- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к экзамену. Готовиться нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.
- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.
- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.
- Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на экзамен.
- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего
- Разделите вопросы для экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.
- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информацию по содержанию всего курса.