

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Кафедра №82

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель направления

проф., д.т.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

А.П. Ястребов

(подпись)



«03» июня 2019г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Телерадиореклама»

(Название дисциплины)

Код направления	38.03.06
Наименование направления	Торговое дело
Наименование направленности	Реклама в торговой деятельности
Форма обучения	заочная

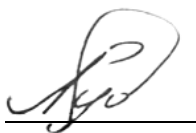
Санкт-Петербург 2019 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил(а)

доц.,к.э.н.,доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

14.05.19г.

Л.В. Рудакова

инициалы, фамилия

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«15»__05__2019г, протокол №__10__

Заведующий кафедрой № 82

д.э.н.,доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г.

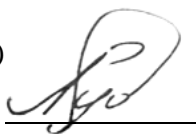
А.С. Будагов

инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.03.06(03)

доц.,к.э.н.,доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г.


Л.В. Рудакова

инициалы, фамилия

Заместитель директора института (факультета) № 8 по методической работе

доц.,к.э.н.,доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г.

Л.Г. Фетисова

инициалы, фамилия

Аннотация

Дисциплина «Телерадиореклама» входит в вариативную часть образовательной программы подготовки студентов по направлению «38.03.06 «Торговое дело» направленность «Реклама в торговой деятельности». Дисциплина реализуется кафедрой №82

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника

общекультурных компетенций:

ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»;

общепрофессиональных компетенций:

ОПК-4 «способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией».

ПК-12 «способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов профессиональной подготовки в области освоения теоретических знаний об аудитории, о природе аудиовизуальных инструментов, освоение практических навыков владения съёмочным и монтажным процессом, повышение общего уровня культуры восприятия аудиовизуальной рекламы.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: *лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.*

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Получение студентами необходимых знаний и навыков в области базовых представлений о роли теле- и радио- рекламы в современном обществе и рыночной экономике; важнейших этапах истории зарождения, становления и развития рекламы и как профессии, науки и отрасли бизнеса; организации и развитии рекламной деятельности на телевидение и радио.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»:

- знать понятия «самоорганизация», «самоконтроль», «самообразование»;
- уметь системно анализировать, обобщать информацию, формулировать цели и самостоятельно находить пути их достижения;
- владеть навыками использования в образовательном процессе разнообразных ресурсов;
- иметь опыт деятельности в области самоконтроля и самоанализа.

ОПК-4 «способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией»:

- знать основные методы сбора, хранения и обработки теле- и радио- рекламы;
- уметь применять основные методы и средства получения, хранения, переработки рекламной информации;
- владеть навыками работы компьютером при создании рекламного продукта;
- иметь опыт деятельности в создании рекламного продукта для телевидения и радио.

ПК-12 «способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий»

- знать основы разработки проектов рекламной деятельности с использованием информационных технологий;
- уметь использовать информационные технологии в рекламной деятельности;
- владеть навыками разработки проектов рекламной деятельности с использованием информационных технологий

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина базируется на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- Маркетинг;
- Коммерческая деятельность;
- Рекламная деятельность;

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- Электронная реклама;
- Технология производства пропаганды конкурентных свойств товара.

3. Объем дисциплины в ЗЕ/академ. час

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 1

Таблица 1 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№6
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/(час)	4/ 144	4/ 144
<i>Аудиторные занятия</i> , всего час., <i>В том числе</i>	16	16
лекции (Л), (час)	8	8
Практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	8	8
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
Экзамен, (час)	9	9
<i>Самостоятельная работа</i> , всего	119	119
Вид промежуточной аттестации: зачет, экзамен, дифференцированный зачет (Зачет. Экз. Дифф. зач)	4/ 144	4/ 144

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий

Разделы и темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 2.

Таблица 2. – Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестрб					
Раздел 1. Создание телевизионного рекламного продукта: подготовительный этап	4	3			
Тема 1.1. Телевидение как особый социальный институт.					10
Тема 1.2. Три типа рекламных передач					10
Тема 1.3. Рекламные сюжеты и рекламные репортажи как наиболее заманчивые способы для рекламодача					10

Тема 1.4. Рекламные ролики как наиболее востребованный жанр телевизионного рекламного обращения					10
Тема 1.5. Разработка концепции рекламного ролика.					19
Раздел 2. Работа над сценарием рекламного ролика и съемочный период, монтаж, тонировка	4	5			
Тема 2.1. Создание литературного и режиссерского сценария					10
Тема 2.2. Разработка визуального и звукового решения					10
Тема 2.3. Профессиональный подбор актеров					10
Тема 2.4. Основные этапы съемочного периода					10
Тема 2.5. Основные этапы подготовки рекламного видеоролика - монтаж и тонировка.					20
Итого в семестре:	8	8			119
Итого:	8	8	0	0	119

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 3.

Таблица 3 - Содержание разделов и тем лекционных занятий

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	<p>Тема 1.1. Телевидение как особый социальный институт. История и типология телерекламы. Суммарный объем рекламных теле- и радиопередач за основные периоды развития телевидения. Описание различных форм рекламы на телевидении (бегущая строка; телеобъявление; рекламная заставка; рекламная передача; рекламный репортаж; рекламный сюжет; рекламный ролик; product placement). Основные законы восприятия информации.</p> <p>Тема 1.2. Три типа рекламных передач Рекламные передачи бывают трех типов: чисто рекламная передача, передача с элементами шоу, познавательная передача. Рекламный репортаж и рекламный сюжет.</p> <p>Тема 1.3. Рекламные сюжеты и рекламные репортажи как наиболее заманчивые способы для рекламодателя Состав программы: шпигель, подводка, отводка, связки, закадровый текст, политический блок, научный блок, экономический блок, блок происшествий, социальный блок, блок новостей культуры, новости спорта, прогноз погоды, «бантики», конечная шапка.</p> <p>Тема 1.4. Рекламные ролики как наиболее востребованный жанр телевизионного рекламного обращения Виды рекламного ролика: блиц-ролик: 15—20 секунд, развернутый ролик: 30 секунд, рекламно-демонстрационный ролик: 5—10 минут. Манипулятивное воздействия на общественное сознание.</p> <p>Тема 1.5. Разработка концепции рекламного ролика. Разработка рекламного брифа. Этап выбора компании-исполнителя. Исследование полной информации о товаре или услуге. Основные подходы к</p>

	передаче рекламного сообщения. Приемы демонстрации товара, встречающихся в отечественной телерекламе.
2	<p>Тема 2.1. Создание литературного и режиссерского сценария Определение главной идеи ролика. Классическая схема построения ролика: экспозиция — завязка — слом — вывод. Обзор трех основных видов сюжета: драматические, исторические, поэтические. Создание у потребителя стойкого положительного образа рекламируемого товара. требования, предъявляемые к языку и стилю рекламного видео. Основные принципы при разработке режиссерского сценария. Выразительные средства режиссуры, с помощью которых создается цельное произведение (мизансцена, атмосфера, обрывочные кадры, голос за кадром, темпоритм). Анализ готовых режиссерских сценариев.</p> <p>Тема 2.2. Разработка визуального и звукового решения основная работа художника при разработке визуального решения рекламного ролика. Сториборд и чем он отличается от раскадровки. Правило пяти «А» сториборда. Основные характеристики «закадрового голоса». Основные группы звуков в рекламе. Символизирующая функция звука в рекламе.</p> <p>Тема 2.3. Профессиональный подбор актеров Амплуа. Основные определения амплуа определение амплуа: «герой (героиня)», «фат», «травести», «инженю», «субретка».</p> <p>Тема 2.4. Основные этапы съемочного периода Характеристика съемочного периода. Роль оператора в процессе съемок рекламного фильма. Основные виды композиции и перспективы. Американская и европейская система планов и их отличие друг от друга. Основные виды панорамы.</p> <p>Тема 2.5. Основные этапы подготовки рекламного видеоролика - монтаж и тонировка. Описание внутрикадрового и межкадрового монтажа. Характеристики плавных монтажных переходов. Основные требования, предъявляемые к титрам. Методы аудиомонтажа. Необходимость записи контрольных видеоконкопий.</p>

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 6				
1	Тема 1 История развития телевидения в России	Практическое задание	1	1
2	Тема 2.Основные понятия телевизионного центра	Практическое задание	1	1
3	Тема 3 Телевидение как особый социальный институт	Практическое задание	1	1
4	Тема 4 Создание литературного и режиссерского сценария	Занятие по моделированию реальных условий	2	2
5	Тема 5 Съемка анимационного рекламного ролика	Занятие по моделированию реальных условий	3	2
Всего:			8	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено			
Всего:			

4.5. Курсовое проектирование (работа)

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа студентов

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 6, час
1	2	3
Самостоятельная работа, всего	119	119
изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	80	80
Контрольные работы заочников	20	20
Подготовка к текущему контролю (ТК)	19	19

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы студентов указаны в п.п. 8-10.

6. Перечень основной и дополнительной литературы

6.1. Основная литература

Перечень основной литературы приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень основной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка / URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
ISBN 978-5-238-	Анашкина, Н. А. Режиссура телевизионной рекламы	

01317-6.	[Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 (350700) «Реклама», 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Н. А. Анашкина; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 208 с. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390887	
ISBN 978-5-238-01245-2	Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 135 с. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391136	

6.2. Дополнительная литература

Перечень дополнительной литературы приведен в таблице 8.

Таблица 8 – Перечень дополнительной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка/ URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
ISBN 5-238-00697-7	Падейский, В. В. Проектирование телепрограмм [Электронный ресурс] : учеб. пос. / В. В. Падейский. - М.: Юнити-Дана, 2017. - 238 с. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=491053	

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

URL адрес	Наименование
http://adindustry.ru/	Информационно-справочный портал «Индустрия рекламы»
http://www.tns-global.ru/	«TNS» — международная исследовательская группа

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1.	Microsoft Windows 7 418-7 от 14.06.2013 110-7 от 28.02.2019
2.	Microsoft Office Standard 1031-3 от 31.07.2018

8.2. Перечень информационно-справочных систем

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
-------	--------------

1	ӘБС ZNANIUM
---	-------------

2	ЭБС издательства ЛАНЬ
---	-----------------------

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Состав материально-технической базы представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	Читальный зал библиотеки; 21-17-кабинет курсового и дипломного проектирования
4	Учебная аудитории для проведения промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	

10. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

10.1. Состав фонда оценочных средств приведен в таблице 13

Таблица 13 - Состав фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Примерный перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену.

10.2. Перечень компетенций, относящихся к дисциплине, и этапы их формирования в процессе освоения образовательной программы приведены в таблице 14.

Таблица 14 – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер семестра	Этапы формирования компетенций по дисциплинам/практикам в процессе освоения ОП
ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»	
1	Математика. Аналитическая геометрия и линейная алгебра
1	Математика. Математический анализ
1	Информатика

1	Основы социального государства
1	Иностранный язык
1	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
1	История
1	Экономическая география и регионалистика
2	Иностранный язык
2	Культурология
2	Математика. Математический анализ
2	История управленческой мысли
2	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
2	Информатика
2	Экономика. Микроэкономика
2	Концепции современного естествознания
3	Статистика
3	Философия
3	Математика. Теория вероятностей и математическая статистика
3	Экономика организации
3	Иностранный язык
3	Экономика. Макроэкономика
3	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Мировая экономика и международные экономические отношения
4	Бухгалтерский учет и аудит
4	Безопасность жизнедеятельности
4	Менеджмент
4	Теоретические основы товароведения
4	Иностранный язык
4	Фирменный знак в торговле
5	Бухгалтерский учет и аудит
5	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
5	Рекламная деятельность
5	Маркетинг
5	Социология и политология
5	Коммерческая деятельность
5	Экология
5	Мировая экономика и международные экономические отношения
6	Организация рекламной деятельности
6	Разработка и технология производства рекламного продукта
6	Деловой иностранный язык
6	Система электронных платежей
6	Основы электронной коммерции
6	Таможенные операции

6	Организация связей с общественностью
6	Телерадиореклама
6	Правоведение
6	Физическая культура
7	Биржевое дело
7	Организация и технология торговли
7	Поведение потребителей
7	Маркетинговые исследования
7	Системный анализ
7	Мультимедийные технологии в торговой деятельности
7	Создание и эксплуатация электронных магазинов
7	Массовые коммуникации и медиапланирование
7	Товароведение и экспертиза товаров
7	Информационные технологии
7	Электронная реклама
8	Идентификация и фальсификация потребительских свойств товаров
8	Страхование коммерческой деятельности
8	Технология производства пропаганды конкурентных свойств товара
8	Качество и конкурентоспособность продукции
8	Торгово-экономические отношения России в современных условиях
8	Информация в ИНТЕРНЕТ
8	Транспортное обеспечение торговой деятельности
8	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
9	Организация, технология и проектирование предприятий
9	Управление цепями поставок
9	Международный маркетинг
9	Рекламный маркетинг
9	Контракты международной торговли
9	Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия
9	Основы брендинга
9	Организация коммерции по сферам применения
10	Логистика
10	Правовое регулирование профессиональной деятельности
10	Налоги и налогообложение
10	Товарный консалтинг
10	Основы информационной безопасности
10	Финансово-экономическая экспертиза коммерческой деятельности предприятия

ОПК-4 «способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-

технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как средством управления информацией»	
6	Телерадиореклама
6	Система электронных платежей
6	Основы электронной коммерции
7	Создание и эксплуатация электронных магазинов
8	Информация в ИНТЕРНЕТ
ПК-12 «способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий»	
5	Рекламная деятельность
6	Телерадиореклама
6	Организация рекламной деятельности
7	Маркетинговые исследования
9	Рекламный маркетинг

10.3. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) у обучающихся компетенций применяется шкала модульно–рейтинговой системы университета. В таблице 15 представлена 100–балльная и 4–балльная шкалы для оценки сформированности компетенций.

Таблица 15 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции		Характеристика сформированных компетенций
100-балльная шкала	4-балльная шкала	
$85 \leq K \leq 100$	«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет системой специализированных понятий.
$70 \leq K \leq 84$	«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой специализированных понятий.
$55 \leq K \leq 69$	«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой специализированных понятий.

$K \leq 54$	«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся не усвоил значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.
-------------	---------------------------------------	---

10.4. Типовые контрольные задания или иные материалы:

1. Вопросы (задачи) для экзамена (таблица 16)

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Телевидение в России — история и перспективы развития. 2. История телевидения — российский и западный путь. 3. Телевизионный центр: его функции и составляющие. 4. Работники телевидения: иерархия и взаимодополняемость. 5. Социальная значимость телевидения и телевизионной рекламы. 6. Психологическая эффективность телевизионной рекламы. 7. Выбор типа телевизионной рекламы в зависимости от целевой аудитории. 8. Телевизионная реклама: новые возможности и нестандартные решения. 9. Влияние целевой аудитории на выбор концепции рекламного ролика. 10. Композиция рекламного ролика и ее зависимость от товарной категории. 11. Зависимость выбора вида сюжета от товара и целевой аудитории. 12. Режиссерская разработка как переосмысление концепции рекламного видео. 13. Мизансцена, атмосфера и темпоритм: три кита качественной режиссуры. 14. Звуковой образ товара как важная составляющая аудиовизуального образа. 15. Влияние выбора актера на создание образа рекламируемого продукта. 16. Звуковые реалии как возможность раздвинуть рамки условности при создании рекламного продукта. 17. Композиция рекламного видео и ее значимость для понимания рекламной идеи. 18. Текст телерекламы и особенности его восприятия зрителем. 19. Идея как основа успешной реализации рекламного проекта. 20. Режиссерский сценарий как партитура будущего фильма. 21. Режиссер - соавтор сценариста. 22. Раскадровка как элемент объединения усилий режиссера, художника и оператора. 23. Работа над раскадровкой как завершающий этап процесса подготовки к съемке. 24. Аудиосимволы телевизионного рекламного обращения. 25. Символизирующая функция музыки в телевизионных рекламных обращениях. 26. Раскрытие свойств и качества товара через актерское мастерство. 27. Важность подбора актеров для рекламного телевизионного ролика. 28. Эффективность телерекламы и пути ее повышения. 29. Манипулятивные приемы при создании телевизионных рекламных обращений. 30. Бриф как начальная стадия успешной реализации рекламного проекта. 31. Аттрактивные способы привлечения внимания потенциального потребителя. 32. Операторское искусство как важная составляющая режиссерского замысла. 33. Операторские хитрости и их использование при создании телевизионного рекламного продукта. 34. Монтаж и его роль в создании рекламного целого. 35. Выбор плавных монтажных переходов в зависимости от концепции рекламного видео.

2. Вопросы (задачи) для зачета / дифференцированного зачета (таблица 17)

Таблица 17 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифференцированного зачета
	Учебным планом не предусмотрено

3. Темы и задание для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта (таблица 18)

Таблица 18 – Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта
	Учебным планом не предусмотрено

4. Вопросы для проведения промежуточной аттестации при тестировании (таблица 19)

Таблица 19 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов
	Не предусмотрено

5. Контрольные и практические задачи / задания по дисциплине (таблица 20)

Таблица 20 – Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий

№ п/п	Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий
	<p>Задание: Напишите режиссерский сценарий на основе литературного сценария рекламного ролика. Нарисуйте раскадровку.</p> <p>№1 Отец наливает дочери стакан сока «Моя семья». Девочка мгновенно выпивает и просит папу налить еще. Отец удивляется и говорит: «Это уже третий, ты же лопнешь, деточка!» Дочь неожиданно отвечает: «Пап, а ты налей и отойди». Голос за кадром: «Моя семья».</p> <p>№2 Поезд дальнего следования, спальный вагон. В купе двое пассажиров: студент — скромный, худой юноша в очках и его попутчица — наглая, болтливая тетка из провинции с большим количеством сумок. Она, не останавливаясь, говорит. Молодой человек ошарашен такой попутчицей и поэтому молчит. Тетка достает из своих сумок еду, ставит на стол бутылку с квасом и банку с курицей. В купе заглядывает проводник и сообщает, что до отправления поезда осталась одна минута. Вдруг в дверях появляется привлекательная молодая девушка и говорит, что место, которое заняла тетка, принадлежит ей. Тетка расстроено смотрит на молодого человека, он улыбается в предвкушении общения с</p>

	<p>девушкой. Голос за кадром: «МТС — в последнюю минуту происходит все самое интересное. Не плати до последнего».</p> <p>№3 Раннее утро. Молодые парень и девушка гуляли всю ночь и теперь идут по улице домой. Проходя мимо своего дома, парень предлагает зайти к нему и выпить кофе, так как его родители еще спят. Девушка соглашается. Парень заваривает кофе, девушка с удовольствием пьет. Вдруг молодой человек слышит шум в родительской спальне и видит струящийся туда запах кофе. Герой срывает шарф с шеи девушки и пытается им заткнуть щель между дверью и полом. В этот момент дверь открывает проснувшийся отец. Он заспанный и в пижаме. Сын невозмутимо предлагает ему кофе. Отец с матерью входят на кухню, девушка их приветствует. Все знакомятся и пьют кофе. Голос за кадром: «Кофе «Якобс Монарх» — сближающая аромагия».</p> <p>Задание №2: 1. Напишите литературный и режиссерский сценарий рекламного ролика, продолжительностью (15-20 сек.) для следующих продуктов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Книжный магазин • Страховая компания • Библиотека • Высококачественная розетка • Пожаробезопасный обогреватель • Прочный чемодан • Сеть шиномонтажных мастерских • Эрмитаж • Резиновые сапоги • Сеть мастерских по ремонту обуви • Почта России • Метрополитен • Кухонная вытяжка • Театр • Продовольственный рынок <p>Задание №3 Создайте раскадровку для уже написанного вами сценария.</p>
--	--

10.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и / или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в Положениях «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью дисциплины является – получение студентами необходимых знаний, умений и навыков в области организации рекламной деятельности при реализации рекламных кампаний на телевидении и радио.

Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимся лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально–деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходиться к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала по дисциплине «Организация рекламной деятельности»: формулировка темы лекции; указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение; изложение вводной части; изложение основной части лекции; краткие выводы по каждому из вопросов; заключение; рекомендации.

Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающемуся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Функции практических занятий:

- познавательная;

- развивающая;
- воспитательная.

По характеру выполняемых обучающимся заданий по практическим занятиям подразделяются на:

- ознакомительные, проводимые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;
- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;
- творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач.

Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Они могут проводиться:

- в интерактивной форме (решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, игровое проектирование, имитационные занятия, выездные занятия в организации (предприятия), деловая учебная игра, ролевая игра, психологический тренинг, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии);
- в не интерактивной форме (выполнение упражнений, решение типовых задач, решение ситуационных задач и другое).

Методика проведения практического занятия может быть различной, при этом важно достижение общей цели дисциплины.

Требования к проведению практических занятий

Формами организации практических занятий в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения являются: решение типовых задач; занятия с решением ситуационных задач; занятия по моделированию реальных задач; деловые игры; ролевые игры; игровое проектирование; выездные занятия (в организации, учреждения) со специальными заданиями; занятия-конкурсы.

Типичными структурными элементами практического занятия являются: вводная часть, основная часть, заключительная часть.

Вводная часть обеспечивает подготовку студентов к выполнению заданий работы. В ее состав входят: формулировка темы, цели и задач занятия, обоснование его значимости в профессиональной подготовке студентов; рассмотрение связей данной темы с другими темами курса; изложение теоретических основ работы; характеристика состава и особенностей заданий работы и объяснение подходов (методов, способов, приемов) к их выполнению; характеристика требований к результату работы; вводный инструктаж по технике безопасности при эксплуатации технических средств; проверка готовности студентов к выполнению заданий работы; пробное выполнение заданий под руководством преподавателя; указания по самоконтролю результатов выполнения заданий студентами.

Основная часть предполагает самостоятельное выполнение заданий студентами. Может сопровождаться: дополнительными разъяснениями по ходу работы; устранением трудностей при выполнении заданий работы; текущим контролем и оценкой результатов работы; поддержанием в рабочем состоянии технических средств; ответами на вопросы студентов.

Заключительная часть содержит: подведение общих итогов (позитивных, негативных) занятия; оценку результатов работы отдельных студентов; ответы на вопросы студентов; выдачу рекомендаций по улучшению показателей работы и устранению пробелов в системе знаний и умений студентов; сбор отчетов студентов по выполненной работе для проверки

преподавателем; изложение сведений о подготовке к выполнению следующей работы, в частности, о подлежащей изучению учебной литературе.

Вводная и заключительная части практического занятия проводятся фронтально. Основная часть выполняется каждым студентом индивидуально..

Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Тематика р по дисциплине «Телерадиореклама»:

1. Пресс-досье.
2. Promotion-мероприятия.
3. Пресс-конференция и особенности ее проведения.
4. Брифинг и его роль во внутренней и внешней коммуникационной культуре компании.
5. Медиапланирование.
6. Пресс-релиз.
7. Исследования аудитории на телевидении.
8. Исследование аудитории на радио.
9. Имиджмейкер.
10. Новостийный повод.
11. Пресс-кит.
12. Ток-шоу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются: учебно-методический материал по дисциплине.



Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой 82
 Рудакова Л.В. 19.05.2020	Актуализация перечня литературы	20 мая 2020 протокол № 11	 Будагов А.С.