

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 27.01.2021 09:27:49

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffaf0ee3de73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра социологии

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины Теория и практика рекламных коммуникаций

Направление подготовки: 39.03.01 Социология

Профиль подготовки: Социология социокультурных изменений

Квалификация: бакалавр

Факультет философии, социологии и культурологии

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	10			
Неделя	10			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	10	10	10	10
Практические	30	30	30	30
В том числе инт.	14	14	14	14
Итого ауд.	40	40	40	40
Контактная работа	40	40	40	40
Сам. работа	68	68	68	68
Итого	108	108	108	108

Рабочая программа дисциплины Теория и практика рекламных коммуникаций / сост. Каменева Т.Н., д.соц.н, проф.; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 ноября 2015 г. № 1328 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 14 декабря 2015 г. № 40081)

Рабочая программа дисциплины "Теория и практика рекламных коммуникаций" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 39.03.01 Социология профиль Социология социокультурных изменений

Составитель(и):

Каменева Т.Н., д.соц.н, проф.

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование навыков разработки рекламного сообщения с учетом специфики коммуникативной, хозяйственной и культурной специфики рекламы.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.13
--------------------	------------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Знать:

основные этапы и подходы в изучении рекламных коммуникаций; функции рекламной коммуникации в обществе; знать основные методы исследования рекламных коммуникаций

Уметь:

ориентироваться в современных социальных процессах, протекание которых во многом зависит от обусловлено изменившимися объемом и ролью рекламных коммуникаций в обществе

Владеть:

способностью разрабатывать планы рекламной коммуникации для конкретных типов организаций; диагностикой проблем межличностного общения и предлагать рекомендации по их разрешению

ПК-2: способностью участвовать в составлении и оформлении профессиональной научно-технической документации, научных отчетов, представлять результаты социологических исследований с учетом особенностей потенциальной аудитории

Знать:**Уметь:****Владеть:****4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. История возникновения и развития рекламы в контексте развития общества потребления.	Раздел			
1.1	История возникновения и развития рекламы в контексте развития общества потребления.	Лек	8	2	2
1.2	История возникновения и развития рекламы в контексте развития общества потребления.	Пр	8	5	0
1.3	История возникновения и развития рекламы в контексте развития общества потребления.	Ср	8	12	0

	Раздел 2. Реклама в эпоху Web 2.0: новые технологии производства и каналы распространения.	Раздел			
2.1	Реклама в эпоху Web 2.0: новые технологии производства и каналы распространения.	Лек	8	2	0
2.2	Реклама в эпоху Web 2.0: новые технологии производства и каналы распространения.	Пр	8	5	0
2.3	Реклама в эпоху Web 2.0: новые технологии производства и каналы распространения.	Ср	8	12	0
	Раздел 3. Теории коммуникативного акта. Структурно-семантический анализ рекламных сообщений.	Раздел			
3.1	Теории коммуникативного акта. Структурно-семантический анализ рекламных сообщений.	Лек	8	2	0
3.2	Теории коммуникативного акта. Структурно-семантический анализ рекламных сообщений.	Пр	8	5	0
3.3	Теории коммуникативного акта. Структурно-семантический анализ рекламных сообщений.	Ср	8	11	0
	Раздел 4. Структура и функции элементов рекламного текста.	Раздел			
4.1	Структура и функции элементов рекламного текста.	Лек	8	2	2
4.2	Структура и функции элементов рекламного текста.	Пр	8	5	2
4.3	Структура и функции элементов рекламного текста.	Ср	8	11	0
	Раздел 5. Структурно-функциональный анализ телевизионной рекламы.	Раздел			
5.1	Структурно-функциональный анализ телевизионной рекламы.	Лек	8	1	0
5.2	Структурно-функциональный анализ телевизионной рекламы.	Пр	8	5	4
5.3	Структурно-функциональный анализ телевизионной рекламы.	Ср	8	11	0
	Раздел 6. Медиапланирование на данных Российского индекса целевых групп.	Раздел			
6.1	Медиапланирование на данных Российского индекса целевых групп.	Лек	8	1	0
6.2	Медиапланирование на данных Российского индекса целевых групп.	Пр	8	5	4
6.3	Медиапланирование на данных Российского индекса целевых групп.	Ср	8	11	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей аттестации одобрены на заседании кафедры социологии и политологии 30 марта 2017 года, протокол № 8, и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для промежуточной аттестации одобрены на заседании кафедры социологии и политологии 30 марта 2017 года, протокол № 8, и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Васильева Л. А. - Реклама: Учебное пособие - Саратов: Вузовское образование, 2016.	http://www.iprbookshop.ru/39114	1
6.1.2. Дополнительная литература			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Щепилова Г. Г., Щепилов К. В. - Реклама: учебник для акад. бакалавриата - Москва: Юрайт, 2015.		2
Л2.2	Коноваленко М.Ю., Коноваленко В.А. - Деловые коммуникации: учебник для бакалавров, доп. МО РФ - М.: Юрайт, 2014.		6
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Microsoft Windows 7 – Open License: 47818817		
7.3.1.2	7-Zip – Свободная лицензия GNU LGPL		
7.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC – Бесплатное программное обеспечение		
7.3.1.4	Google Chrome – Свободная лицензия BSD		
7.3.1.5	MsOffice Professional 2007 – Open License: 43136274		
7.3.1.6			
7.3.1.7			
7.3.1.8			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	Электронная библиотечная система «Научная библиотека КГУ» http://www.lib.kursksu.ru/		
7.3.2.2	Электронно-библиотечная система IPRBooks http://www.iprbookshop.ru/		
7.3.2.3	Электронная библиотека Юрайт http://www.biblio-online.ru/		
7.3.2.4	Российский образовательный портал http://www.school.edu.ru/default.asp		
7.3.2.5	Федеральная университетская компьютерная сеть России http://www.runnet.ru/		
7.3.2.6	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" http://window.edu.ru/		
7.3.2.7	Научная электронная библиотека http://elibrary.ru		
7.3.2.8	Университетская информационная система «Россия» http://uisrussia.msu.ru		
7.3.2.9	Российская Государственная Библиотека http://www.rsl.ru/		
7.3.2.10	Научная библиотека Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова http://www.lib.msu.ru/index.html		
7.3.2.11	Научная библиотека Санкт-Петербургского государственного университет http://www.lib.pu.ru		
7.3.2.12	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» http://www/biblioclub.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000 г. Курск, ул. Радищева, д. 29, 329
7.2	Стул ученический – 39 шт., стол ученический двухместный – 19 шт., доска аудиторная – 1 шт., телевизор LG – 1 шт., жалюзи вертикальные - 4 шт.
7.3	Учебная аудитория для проведения самостоятельной работы, 305000 г. Курск, ул. Радищева, д. 29, 325
7.4	Монитор Acer 17 – 2 шт., стол офисный однотумбовый прямой – 1 шт., стул ученический – 2 шт., системный блок Samuel 2 – 2 шт., антенна D-Link ANT24-1201 Wi-Fi – 1 шт., доска наст. ДН-11 мел – 1 шт., жалюзи вертикальные – 3 шт., шкаф - 1 шт., кондиционер - 1 шт., коммутатор D-Link DES-1008A 8 портов – 1 шт., кресло рабочее поворотное -подъемное Chairman CH661 – 15 шт., сетевой адаптер Wi-Fi108 – 7 шт., стол компьютерный – 12 шт., компьютер в составе Celeron420 – 10 шт.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания кафедры. Студентам необходимо перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам.</p> <p>Рекомендации по подготовке к практическим занятиям</p>	

Студентам следует: приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию; до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей теме занятия. В ходе практического занятия давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов; на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проблем, ситуаций, обсуждаемых на занятии, в случае затруднений обращаться к преподавателю. Студентам, пропустившим занятия, не подготовившимся к данному практическому занятию, рекомендуется явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме, изучавшейся на занятии.

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет представляет собой форму промежуточной аттестации, предполагающие оценку итогов изучения студентом и его активности в процессе изучения дисциплины.

Зачет проходит в форме собеседования. Практико-ориентированные задания предлагаются в качестве дополнительных вопросов.

Студентам, прошедшим успешно промежуточную аттестацию, выполнившим все контрольные работы, активно участвовавшим в обсуждениях, дискуссиях, не допустившим в течение семестра пропусков занятий, зачет выставляется без собеседования.

Методические указания утверждены протоколом № 1 заседания кафедры от 29 августа 2016 года.