Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 02.02.2021 12:45:49

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac5da145f4155621af0ee37e99a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 28.05.2018 г., №11

Рабочая программа дисциплины

Рекламная деятельность

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Конвергентная журналистика

Квалификация: бакалавр

Филологический факультет

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		7 (4.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Неделя	16		18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	18	18	34	34
Практические	16	16			16	16
В том числе инт.	10	10			10	10
Итого ауд.	32	32	18	18	50	50
Контактная работа	32	32	18	18	50	50
Сам. работа	31	31	27	27	58	58
Итого	63	63	45	45	108	108

Рабочая программа дисциплины Рекламная деятельность / сост. Гулянков Е.В., кандидат филологических наук, доцент; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2018. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 7 августа 2014 г. № 951 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 25 августа 2014 г. № 333777).

Рабочая программа дисциплины "Рекламная деятельность" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика профиль Конвергентная журналистика

Составитель(и):

Гулянков Е.В., кандидат филологических наук, доцент

© Курский государственный университет, 2018

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель курса – сформировать у студентов знания о концепциях, методах и формах регулирования рекламной деятельности в СМИ, изучить подходы к организации рекламной деятельности в СМИ, познакомиться с практической работой рекламных служб, а также с целевой политикой в рекламной деятельности в прессе; изучить понятие аудитории СМИ, основные типы аудитории, основные понятия и категории в области рекламы и публичных отношений, основы функционирования рекламы и ПР в СМИ, продемонстрировать знание основных понятий и категорий рекламы, понимать особенности функционирования рекламы и публичных отношений в СМИ, выстраивать алгоритм взаимодействия журналистики, рекламы и связей с общественностью.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.9
--------------------	-----------

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

ОПК-9: способностью базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним

Знать:

- понятие аудитории СМИ, основные типы аудитории
- знать методы изучения аудитории
- природу и роль общественного мнения

Уметь:

- определять в своей практике необходимые формы взаимодействия СМИ и аудитории
- использовать эффективные формы взаимодействия с общественным мнением
- формировать общественное мнение для решения маркетинговых задач

Владеть:

- методами изучения общественного мнения
- методиками взаимодействия с целевыми аудиториями в рекламном бизнесе
- принципами построения успешных взаимоотношений рекламной службы с целевыми аудиториями

ОПК-21: способностью применять знание основ публичных отношений и рекламы в профессиональной деятельности

Знать:

- основные понятия и категории в области рекламы и публичных отношений
- структуру маркетинговых коммуникаций
- основы функционирования рекламы и ПР в СМИ

Уметь:

- продемонстрировать знание основных понятий и категорий рекламы
- понимать особенности функционирования рекламы и публичных отношений в СМИ
- выстраивать алгоритм взаимодействия журналистики, рекламы и связей с общественностью

Владеть:

- навыками организации связей с общественностью в системе СМИ
- навыками организации рекламной деятельности в средствах массовой информации
- навыками создания рекламного и ПР-продукта

ПК-2: способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах

Знать:

- основы создания рекламных обращений, достоинства и недостатки различных медиаканалов для размещения рекламных обращений

Уметь:

- создавать рекламные обращения в зависимости от типа СМИ и выбранного медиаканала

Владеть:

- методикой создания и размещения рекламных материалов на различных медианосителях

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1.	Раздел			
1.1	ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ. Лекция-визуализация	Лек	6	2	2
1.2	ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ	Пр	6	2	0
1.3	ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ	Ср	6	4	0
1.4	ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ	Лек	6	2	0
1.5	ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ. Представление презентаций	Пр	6	2	2
1.6	ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ	Ср	6	4	0
1.7	СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ	Лек	6	2	0
1.8	СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ	Ср	6	4	0
1.9	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ. Лекция - визуализация	Лек	6	2	2
1.10	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ. Представление презентаций	Пр	6	2	2
1.11	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	Ср	6	4	0
1.12	ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	Лек	6	2	0
1.13	ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	Ср	6	4	0
1.14	КЛАССИФИКАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ СРЕДСТВ	Лек	6	2	0
1.15	КЛАССИФИКАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ СРЕДСТВ	Ср	6	4	0
1.16	РЕКЛАМНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ	Лек	6	2	0
1.17	РЕКЛАМНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ	Ср	6	3	0
1.18	ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ И ТЕКСТОВ	Лек	6	2	0
1.19	ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ И ТЕКСТОВ. Круглый стол	Пр	6	2	2
1.20	ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ И ТЕКСТОВ	Ср	7	4	0
1.21	ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМЫ В МАГАЗИНЕ	Лек	7	2	0
1.22	ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМЫ В МАГАЗИНЕ	Пр	6	2	0

1.23	ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМЫ В МАГАЗИНЕ	Ср	7	4	0
1.24	РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОПТОВЫХ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	Лек	7	2	0
1.25	РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОПТОВЫХ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	Пр	6	2	0
1.26	РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОПТОВЫХ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	Ср	6	4	0
1.27	Агентства полного цикла. Основные отделы рекламных агентств	Лек	7	2	0
1.28	Агентства полного цикла. Основные отделы рекламных агентств	Ср	7	4	0
1.29	Процесс рекламной деятельности, основные его этапы	Лек	7	2	0
1.30	Процесс рекламной деятельности, основные его этапы	Ср	7	2	0
1.31	ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ	Лек	7	2	0
1.32	ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ	Ср	7	2	0
1.33	ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	Лек	7	2	0
1.34	ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	Ср	7	2	0
1.35	Методики покупки рекламных площадей в средствах массовой информации. Рекламный бюджет, пути его оптимизации	Лек	7	2	0
1.36	Методики покупки рекламных площадей в средствах массовой информации. Рекламный бюджет, пути его оптимизации	Ср	7	2	0
1.37	Исследования и аналитика в рекламном отделе	Лек	7	2	0
1.38	Исследования и аналитика в рекламном отделе	Ср	7	2	0
1.39	ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ	Лек	7	2	0
1.40	ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ	Пр	6	2	0
1.41	ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ	Ср	7	2	0
1.42	Эффективность рекламной деятельности	Пр	6	2	0
1.43	Эффективность рекламной деятельности	Ср	7	3	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации утверждены на заседании кафедры теории и практики журналистской работы 07.09.2017 протоколом № 1 и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации утверждены на заседании кафедры теории и практики журналистской работы 07.09.2017 протоколом № 1 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	Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, Т.К. Серегина, В.Г. Шахурин - Рекламная деятельность: Учебник для ст-ов вузов - М.: "Дашков и К", 2002.		10

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Котлер Ф. - Основы маркетинга: Пер. с англ. - Москва: Т.Д. Элит-2000, 2000.		29
Л2.2	Егоров В. П. - Рекламная деятельность на товарном рынке - Москва: Лаборатория книги, 2010.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89583	1
Л2.3	Блюм М. А. - Рекламная деятельность - Тамбов: Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444670	1
Л2.4	Назайкин Н. - Эффективный рекламный текст в СМИ: Монография - Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011.	http://www.iprbookshop.ru/13128	1
Л2.5	Колеснева Е. П., Любецкий П. Б. - Рекламная деятельность: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям - Минск: ТетраСистемс, 2009.	http://www.iprbookshop.ru/28319	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Рекламная деятельность
Э2	Рекламная деятельность
Э3	Рекламная деятельность
Э4	Рекламная деятельность

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows Win10Pro
7.3.1.2	Microsoft Windows 7
7.3.1.3	Microsoft Windows 8.1
7.3.1.4	Microsoft Office Professional 2007
7.3.1.5	Google Chrome
7.3.1.6	7-Zip
7.3.1.7	Adobe Acrobat Reader DC

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	СС КонсультантПлюс
---------	--------------------

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 44 а (305000, г. Курск, ул. Радищева, 33) укомплектована учебной мебелью (стол - 13 шт., стул - 1 шт., лавка - 11 шт.), тумбой (1 шт.), подставкой под цветы (1 шт.), доской с механизмом (1 шт.).
7.2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 61 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 33) укомплектована учебной мебелью (стол - 12 шт., стул - 65 шт.), проектором Epson (1 шт.), интерактивной доской (1 шт.), ноутбуком Dell Vostro (1 шт.), кафедрой (1 шт.).
7.3	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (аудитория №146 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 33) оснащено необходимой мебелью (61 стол, 162 посадочных места) и компьютерами MSI(27 шт.) и ASUS (13 штук) с доступом к сети Интернет.
7.4	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (аудитория №303 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 29) оснащено необходимой мебелью (55 столов, 55 посадочных мест) и компьютерами ASUS (28 шт.) с доступом к сети Интернет.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

При изучении дисциплины используются следующие формы работы:

- Лекции, на которых рассматриваются основные теоретические вопросы данной дисциплины. Посещаемость лекций

входит в балльную оценку по дисциплине и контролируется преподавателем.

- Семинарские занятия, на которых проводится опрос по теоретическим вопросам изучаемых тем, разбираются проблемные ситуации, решаются задачи, заслушиваются доклады и эссе. Посещаемость семинарских занятий входит в балльную оценку по дисциплине. Задания к семинарским занятиям содержатся в Плате семинарских занятий. При подготовке к семинару следует: использовать рекомендованные преподавателями учебники и учебные пособия - для закрепления теоретического материала; подготовить доклады и сообщения, разобрать проблемные ситуации; разобрать, совместно с другими студентами обсудить вопросы по теме семинарского занятия.

- По темам дисциплины в конце обучения проводится тестовый опрос. За работу на семинаре и за написание теста, в зависимости от продемонстрированных знаний, умений и навыков, студенты могут набрать определенное количество баллов.

- В самостоятельную работу студентов входит: подготовка к семинарскому занятию (освоение теоретического материала, подготовка самостоятельных работ, проблемные вопросы); выполнение творческой работы; анализ с первоисточниками по рекомендациям преподавателя; знакомство с дополнительной литературой и со статистическими данными по изучаемым проблемам.

- Зачёт по дисциплине: зачёт сдается в устной форме. Представляет собой структурированное задание по всем разделам дисциплины.

Для подготовки к зачёту следует воспользоваться рекомендованным преподавателем учебником, конспектом лекций, глоссарием, своими конспектами лекций и семинарских занятий, выполненными самостоятельными работами. Критерии оценки ответа приведены в фонде оценочных средств по дисциплине.