

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ
проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Система современных видов рекламной коммуникации Б1.В.ОД.4

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Татарская общественно-политическая журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Автор(ы): Сабирова Л.Р.

Рецензент(ы): Гарифуллин В.З.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Гарифуллин В. З.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 20__ г.

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 20__ г.

Казань

2017

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине/ модулю
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Сабирова Л.Р. (Кафедра татарской журналистики, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), LRSabirova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-4	способностью использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологий
ОПК-8	готовностью к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способностью выполнить исследовательскую работу, опираясь на имеющийся российский и зарубежный опыт в данной области
ПК-2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности
ПК-1	готовностью создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- особенности применения и взаимосвязь составляющих элементов рекламной коммуникации;
- приемы рекламы и стимулирования сбыта; инструменты и методы ПР-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, использования сопутствующих материалов;
- современными методами и принципами рекламирования изделий и услуг и научиться использовать их;

Должен уметь:

- составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы;
- использовать инновационный подход в рекламной коммуникации;

Должен владеть:

- современными методами и принципами рекламирования изделий и услуг и научиться использовать их;
- умением и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности;

Должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен владеть: основами методологии научного познания. Знать: особенности и принципы организации фундаментально-теоретических и прикладных медиаисследований: разработки программы, выбора методов, отбора эмпирического материала. Уметь: самостоятельно провести исследование актуальной проблемы.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ОД.4 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.02 "Журналистика (Татарская общественно-политическая журналистика)" и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 2 курсе, в 3 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часа(ов).

Контактная работа - 32 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 32 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 76 часа (ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине/ модулю

N	Раздел дисциплины/ модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. "Система современных видов рекламной коммуникации" курсының максаты, бурычлары, өйрәнү тәртибе.	3	0	2	0	
2.	Тема 2. Татар рекламының тарихы.	3	0	4	0	16
3.	Тема 3. Реклам текстларның барлыкка килүе.	3	0	2	0	20
4.	Тема 4. Реклам өлкәсендәге төшенчәләр	3	0	4	0	20
5.	Тема 5. Рекламның психологик үзенчәлекләре.	3	0	4	0	
6.	Тема 6. Реклам төрләре: эчтәлек һәм формага карап реклам төрләрен барлау, үзенчәлекләрен ачыклау	3	0	4	0	
7.	Тема 7. ММЧ рекламга куела торган таләпләр	3	0	2	0	20
8.	Тема 8. Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре.	3	0	4	0	
9.	Тема 9. "Publicrelations" (PR) төшенчәсе.	3	0	6	0	
	Итого		0	32	0	76

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. "Система современных видов рекламной коммуникации" курсының максаты, бурычлары, өйрәнү тәртибе.

курсының максаты, бурычлары, өйрәнү тәртибе.

Реклам төшенчәсен ачыклау.

Тема 2. Татар рекламының тарихы.

"Бәянешак", "Кызыл яу", "Йолдыз" газеталарында реклам текстлары, үзенчәлекләре.

Тема 3. Реклам текстларның барлыкка килүе.

Реклам текстларның барлыкка килүе. Башка илләрдә реклам тарихы. Реламның үсү этаплары. Борыңгы чор үрнәкләре

Тема 4. Реклам өлкәсендәге төшенчәләр

Реклам өлкәсендәге төшенчәләр: коммуникация, реклам үзе, реклам бирүче, реклам житештерүче, рекламны кулланучылар, эш, хезмәт, товар, идея, башлангычлар, слоган һ.б..

Тема 5. Рекламның психологик үзенчәлекләре.

Психология фәне турында. Рекламның психологик үзенчәлекләре. Реклам текстларында психологик механизм күренеше, аның этаплары. Мәгълүматның адресатка тәэсир итүе. Социаль реклам.

Балалар психологиясе һәм реклам.

Тема 6. Реклам төрләре: эчтәлек һәм формага карап реклам төрләрен барлау, үзенчәлекләрен ачыклау

Реклам төрләре: эчтәлек һәм формага карап реклам төрләрен барлау, үзенчәлекләрен ачыклау (басма реклам, газетадагы реклам, радио-реklam, тв-реklam, интернет-реklam, политик реклам, социаль реклам, һ.б.).

Тема 7. ММЧ рекламга куела торган таләпләр

ММЧ рекламга куела торган таләпләр. Матбугатта яшерен реклам: уңай һәм тискәре бәя. Реклам өлкәсендәге хокукый таләпләр. Реклам тарату үзенчәлекләре. Татарстанда һәм Россиядә рекламның куллану үзенчәлеге. (РФ "Реклам турында"гы Законның яңа проекты).

Тема 8. Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре.

Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре.

Текстта сүз, тавыш, күренеш, хәрәкәт бердәмлеге. Шрифт, сүрәт, фото, графика мөмкинлекләреннән файдалану.

Тема 9. "Publicrelations" (PR) төшенчәсе.

"Publicrelations" (PR) төшенчәсе. Татарстанда PR кампанияләрнең эшчәнлеге. Имидж тудыру чарасы буларак мөһлүмат органы.

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

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года N301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации N14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Положение от 24 декабря 2015 г. ♦ 0.1.1.67-06/265/15 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Положение N 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Положение N 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент N 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удалению электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент N 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент N 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

основы рекламной коммуникации -

<http://dolche-vitakrs.ru/index.php/upravlenie-personalom/marketologu/6549-reklamnye-kommunikacii>

Рекламная коммуникация - <http://www.reklama-expo.ru/ru/articles/reklamnaya-kommunikaciya/>

статья о рекламной коммуникации - <http://koloro.ru/reklamnaya-kommunikaciya.html>

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 3			
	<i>Текущий контроль</i>		
1	Творческое задание	ПК-1 , ПК-2 , ОПК-8 , ОК-4	2. Татар рекламының тарихы. 6. Реклам төрләре: эчтәлек һәм формага карап реклам төрләрен барлау, үзенчәлекләрен ачыклау
2	Тестирование	ПК-2 , ПК-1 , ОПК-8 , ОК-4	4. Реклам өлкәсендәге төшенчәләр 5. Рекламның психологик үзенчәлекләре.
3	Реферат	ОПК-8 , ПК-1 , ОК-4	7. ММЧ рекламга куела торган таләпләр 8. Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре. 9. "Publicrelations" (PR) төшенчәсе.

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
	Зачет	ОК-4, ОПК-8, ПК-1, ПК-2	

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 3					
Текущий контроль					
Творческое задание	Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.	Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.	1
Тестирование	86% правильных ответов и более.	От 71% до 85 % правильных ответов.	От 56% до 70% правильных ответов.	55% правильных ответов и менее.	2
Реферат	Тема раскрыта полностью. Продемонстрировано превосходное владение материалом. Используются надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы соответствует поставленным задачам. Степень самостоятельности работы высокая.	Тема в основном раскрыта. Продемонстрировано хорошее владение материалом. Используются надлежащие источники. Структура работы в основном соответствует поставленным задачам. Степень самостоятельности работы средняя.	Тема раскрыта слабо. Продемонстрировано удовлетворительное владение материалом. Используются источники и структура работы частично соответствуют поставленным задачам. Степень самостоятельности работы низкая.	Тема не раскрыта. Продемонстрировано неудовлетворительное владение материалом. Используются источники недостаточны. Структура работы не соответствует поставленным задачам. Работа несамостоятельна.	3
		Зачтено		Не зачтено	
Зачет	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 3

Текущий контроль

1. Творческое задание

Тема 2 , 6

1. Анализ рекламы в прессе (на примере печатных СМИ России, РТ, города, района).
2. Анализ рекламы телевидения (программ РФ, РТ, городского ТВ).
3. Анализ рекламы на радио.
4. Анализ уличной рекламы (на примере города).
5. Анализ транспортной рекламы (на примере города).
6. Анализ рекламы на массовых мероприятиях.
7. Анализ рекламы на месте продажи (на примере города).

2. Тестирование

Тема 4 , 5

1. Реклама ? это:

- А) вид профессиональной деятельности;
- Б) особый вид искусства;
- Г) информация.

2. Согласно Закона РФ ?О рекламе? объем рекламных материалов в одном номере периодического печатного издания не рекламного характера ограничен до:

- А) 50%;
- Б) 40%;
- В) 30%.

3. Потребительская реклама ? это:

- А) реклама для индивидуального покупателя;
- Б) реклама фирмы;
- В) реклама для деловых партнеров.

4. Закон РФ ?О рекламе? регламентирует рекламу только 4-х групп товаров.

(отметьте, какие):

- А) табак и табачные изделия;
- Б) хлеб и хлебобулочные изделия;
- В) алкогольные напитки;
- Г) детские товары;
- Д) медикаменты;
- Е) оружие.

5. Закон ?О рекламе? не устанавливает права и ответственность

- А) рекламодателя;
- Б) рекламодателя;
- В) рекламопроизводителя;
- Г) покупателя.

6. Что не является функцией рекламы?

- А) просвещение;
- Б) формирование спроса;
- В) стимулирование сбыта.

7. Реклама на территории РФ распространяется:

- А) только на русском языке;
- Б) на русском и по усмотрению рекламодателей на языках республик и народов РФ;
- В) на любом языке, русского перевода.

8. Расставить в последовательности основные этапы психологического воздействия рекламы:

- А) активность;
- Б) внимание;
- В) интерес;
- Г) желание.

9. Закон РФ ?О рекламе? распространяется на:

- А) рекламу на рынках;
- Б) политическую рекламу;
- В) объявления физических лет, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

10. Товарно-промышленная реклама ? это:

- А) реклама товара;

- Б) реклама услуг;
В) реклама продукции для деловых партнеров.
11. Какие тексты рекламных объявлений должны быть одновременно и эмоциональными:
А) напоминающие;
Б) информационные;
В) убеждающие.
12. Порядок в организации размещения наружной рекламы в городе, районе регламентируется:
А) органами федеральной власти;
Б) органами местного управления;
В) органами власти субъектов федерации.
13. Ведущий вид рекламы ? это:
А) политическая реклама;
Б) корпоративная реклама;
В) торговая реклама.
14. К основным функциям рекламы относятся:
А) престижная, психологическая, некоммерческая;
Б) информативная, коммерческая, некоммерческая;
В) стимулирующая, престижная, коммерческая;
Г) информативная, психологическая, стимулирующая.
15. Цель рекламного обращения ? это
А) информация;
Б) внушение;
Г) убеждение.
16. Важнейшее требование к рекламным текстам:
А) минимум информации при максимуме слов;
Б) максимум информации при минимуме слов.
17. Буклет ? это вид рекламы:
А) печатной;
Б) аудиовизуальной;
В) радиорекламы.
18. Зарождение рекламы было обусловлено:
А) возникновением отношений обмена между производителями;
Б) возникновением товаров и услуг;
В) появлением коммерческой деятельности;
Г) социальным расслоением общества.
19. Психологическая функция рекламы состоит в:
А) постоянном воздействии рекламы на психику человека с целью заставить его произвести покупку;
Б) постоянном напоминании о достоинствах товара или престиже фирмы;
В) воздействии на психику потребителей с целью привития неосознанного желания приобрести товар или получить определенные услуги.
20. Рекламный слоган ? это:
А) стихотворная форма рекламного обращения, позволяющая легко запомнить его содержание и возбудить интерес потребителя;
Б) сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкальное сопровождение, позволяющее идентифицировать товар или фирму;
В) краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения, что в значительной мере способствует запоминанию рекламы;
Г) краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму

3. Реферат

Тема 7 , 8 , 9

1. Реклам текстсында төгәллеккә, конкретлыкка ирешү чаралары (Конкрет-номинатив атамаларны, терминнарны куллану үзенчәлеге. Кыскалыкка ирешү алымнары).
2. Альбом, проспект, буклет тибындагы басмаларда реклам эшчәнлегенең үзенчәлеге (тел-стиль чаралары белән иллюстрация бердәйлеге).
3. Конкрет басманы реклам эшчәнлеге ягыннан күзәтү.
4. Матбугатта яшерен реклам: уңай һәм тискәре бәя.
5. Балалар психологиясенә рекламның тәэсире.
6. Жирле радиоларда рекламны оештыру, текст әзерләү үзенчәлекләре.
7. Рекламда яңача технологияләр.
8. Татар рекламның үсү этаплары (?Бәянеһак?, ?Кызыл яу?, ?Йолдыз? һ.б. газетлары мисалында).
9. Сәяси һәм социаль реклам текстларын анализлау.

10. Икетеллек нәм татар рекламы.
11. Матбугат рекламы ? жанрның бер төре.
12. Рекламда жәлеп итү алымнары нәм чаралары.
13. Кино сәнгатендә нәм Интернетта реклам.
14. Реклам агентлыкларының эшчәнлегенә (...мисалында).

Зачет

Вопросы к зачету

1. Октябрь революциясенә кадәр татар матбугатында (?Тәржеман?, Бәянеһәк?, ?Вақыт?, ?Йолдыз?, ?Казхан мөхбире?, ?Кояш?, ?Нур? һ.б. газетларында, ?Аң?, ?Дин вә мәғыйшәт?, ?Икътисад?, ?Сөембикә?, ?Шура?, ?Ялт-йолт? һ.б. журналларда) реклам мәсьәләләре.
2. Революцион үзгәреш чоры татар матбугатында (?Кызыл байрак?, ?Кызыл яу?, ?Эшче?, ?Башкортстан хәбәрләре? һ.б. хәбәрләрдә, ?Азат хатын?, ?Безнең юл?, ?Кызыл шәрык?, ?Совет мәктәбе? һ.б. журналларда) рекламның яңа шартларга ярашуы.
3. Совет хәкимияте чоры матбугатында (газет, журналларда) реклам текстның кайбер үзенчәлекләре.
4. Гомуми (чит илләр, Россия) рекламның тарихы. Үсү этаплары.
5. Рекламның функцияләре, бурычлары, рольләре, типлары.
6. Рекламның психологик үзенчәлекләре.
7. Бүгенге татарча нәр басмага (район, шәһәр, республика, корпоратив газетларга, журналларга, бюллетень, буклет, проспект, календарь һ.б.) реклам эшчәнлегенә ягыннан күзәтү: оештыру үзенчәлекләре, тел-стиль, иллюстрация, үзенчәлекләре, нәр басмага хас аерымлыктар; шундый ук күзәтүне
8. Радиода реклам (Татарстан радиостанцияләренә нәм аннан читтә эшләүче (?Азатлык?, ?Төркия авазы?, ?Шәрык? һ.б.) радиостанцияләренә эшчәнлегенә күзәтү. Жирле радиоларда рекламны оештыру, текст әзерләү үзенчәлекләре.
9. Телевидениедә реклам. Язма, әйтмә, күрсәтмә сөйләм элементларын бердәйлекле (синтезлап) файдалану алымнары нәм тәҗрибәсе. Кино сәнгатендә нәм Интернетта реклам.
10. Альбом, проспект, буклет тибындагы басмаларда реклам эшчәнлегенә үзенчәлегенә. Тел-стиль чаралары белән иллюстрация бердәйлегенә.
11. Реклам максатын күздә тотып язылган а) хәбәри, ә) аналитик, б) әдәби-публицистик жанрларның текстны оештыру, язу, бизәү үзенчәлекләре.
12. Реклам жанрының төрләре. Аларда журналистика жанрларының төп сыйфатларының чагылышы.
13. Реклам текстында төгәллеккә, конкретлыкка ирешү чаралары. Конкрет-номинатив атамаларны, терминнарны куллану үзенчәлегенә. Кыскалыкка ирешү алымнары.
14. Рекламда жәлеп итү алымнары нәм чаралары. Хис белдерү мөмкинлекләре.
15. Текстта тел-стиль чаралары белән экстралингвистик, иллюстратив чараларның бердәйлегенә, гармониясенә ирешү юллары.
16. Күренекле тәржемәчеләрнең реклам текстын тәржемәләү тәҗрибәсе. Икетеллек нәм реклам.
17. Реклам текстның төзелеше. Аңа баш исем кирәкмә? Яңа технологияләр текстны бизәүдә ничек ярдәм итә?
18. Реклам тексты сюжетлы буламы? Рекламда күчерелмә мәгънәлек.
19. Рекламны авыл кешесе буларак (шәһәр кешесе, яшь кеше, олы кеше, хатын-кыз, ир-ат, студент, укучы бала, эшче кеше, интеллигент, Татарстаннан читтә яшәүче буларак) укып-анализлап карыйк әле?
20. Реклам текстын редакцияләү үзенчәлекләре. Сүз, тавыш, хәрәкәт чаралары бердәйлегенә бозылу очрактарын төзәтү осталыгы.
21. Татар матбугатында яшерен реклама: уңай нәм тискәре бәя. Намуссыз реклам, дәрәслеккә туры килмәгән реклам, әдәпсез реклам, ялган реклам, яшерен реклам, контрреклам төшенчәләре.
22. Политик нәм социаль реклам төрләре, аларның үзенчәлекләре.

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

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
----------------	---	------	-------------------

Семестр 3

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Текущий контроль			
Творческое задание	Обучающиеся выполняют задания, требующие создания уникальных объектов определённого типа. Тип объекта, его требуемые характеристики и методы его создания определяются потребностями профессиональной деятельности в соответствующей сфере либо целями тренировки определённых навыков и умений. Оцениваются креативность, владение теоретическим материалом по теме, владение практическими навыками.	1	10
Тестирование	Тестирование проходит в письменной форме или с использованием компьютерных средств. Обучающийся получает определённое количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Оценка выставляется в зависимости от процента правильно выполненных заданий.	2	10
Реферат	Обучающиеся самостоятельно пишут работу на заданную тему и сдают преподавателю в письменном виде. В работе производится обзор материала в определённой тематической области либо предлагается собственное решение определённой теоретической или практической проблемы. Оцениваются проработка источников, изложение материала, формулировка выводов, соблюдение требований к структуре и оформлению работы, своевременность выполнения. В случае публичной защиты реферата оцениваются также ораторские способности.	3	30
		Всего:	50
Зачет	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Казанцева, А.М. Языковые особенности рекламных текстов для детей и подростков [Текст: электронный ресурс] : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук : специальность 10.02.01 - русский язык / Казанцева Аида Марсовна ; М-во образования и науки РФ, ФГАОУВПО Казан. (Приволж.) федер. ун-т .? Электронные данные (1 файл: 969 Кб) .- (Казань : Казанский федеральный университет, 2015) .- Загл. с экрана. URL:<http://libweb.kpfu.ru/dissertation/open/2015-038open.pdf>

2. Газизова, Л.Г. Языковая реализация психологических приемов воздействия телевизионной рекламы [Текст: электронный ресурс] : (на материале испанского и русского языков) : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук : специальность 10.02.20 - сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / Газизова Лилия Гумаровна ; Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. образования 'Казан. (Приволж.) федер. ун-т' .- Электронные данные (1 файл: 2,37 Мб) .- (Казань : Казанский федеральный университет, 2015) .- Загл. с экрана. URL:<http://libweb.kpfu.ru/dissertation/open/2015-172open.pdf>.

3. Мягкова, А.Ю. Использование прямых и косвенных речевых тактик в политической рекламе [Текст: электронный ресурс] : (на материале русского и английского языков) : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук : специальность 10.02.20 - Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / Мягкова Анастасия Юрьевна ; Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. образования 'Казан. (Приволж.) федер. ун-т' .- Электронные данные (1 файл: 2,18 Мб) .- (Казань : Казанский федеральный университет, 2015) .- Загл. с экрана. URL:<http://libweb.kpfu.ru/dissertation/local/2015-137local.pdf>

7.2. Дополнительная литература:

1. Антипов К.В. Основы рекламы : учебник. М.: Дашков и К, 2012. 327 с // <http://znanium.com/bookread.php?book=415267>. ЭБС 'Знаниум'

2. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник. М.: Дашков и К, 2012. 540 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=354029>. ЭБС 'Знаниум'

3. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2012. - 488 с.: 60x84 1/16. - (Учебные издания для бакалавров). (переплет) ISBN 978-5-394-01185-6, 1500 экз. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=329134>. ЭБС 'Знаниум'

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Лекции по рекламной коммуникации - http://studme.org/1105051911139/marketing/reklamnaya_kommunikatsiya
особенности рекламной коммуникации - <http://www.reklama-expo.ru/ru/articles/reklamnaya-kommunikaciya/>
Рекламные коммуникации -
<http://dolche-vitakrs.ru/index.php/upravlenie-personalom/marketologu/6549-reklamnye-kommunikacii>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Учебным курсом для студентов четвертого курса отделения факультета журналистики предусматривается написание контрольной работы.

Контрольная работа выполняется по одной из предложенных тем на основе глубокого самостоятельного изучения рекомендованной литературы и источников.

Выполненная контрольная работа направляется преподавателю на рецензию. Преподаватель определяет качество контрольной работы. В случае ее некачественного выполнения, она направляется на переработку, при которой обязательно должны быть учтены замечания. Переделанная работа вместе с рецензией и незначительной работой направляется на новое рецензирование. При положительной оценке контрольной работы предстоит ее защита, т.е. в личной беседе с преподавателем нужно показать хорошее знание содержания темы, ответить на указанные в рецензии замечания и вопросы.

Контрольная работа позволяет судить о качестве самостоятельной работы студента, о знаниях, полученных при изучении избранной темы, что дает право студенту сдавать зачет по всему курсу.

Требования к содержанию контрольной работы

Контрольная работа начинается с введения, в котором следует кратко охарактеризовать рассматриваемую тему, ее значение и актуальность.

Затем следует 3-5 вопросов, в которых раскрываются основные вопросы тем, излагаемые взаимосвязано, в логической последовательности.

Заключение содержит краткие обобщения и выводы по теме в целом.

Контрольная работа должна носить аналитический характер, допускается цитирование отдельных выводов и положений с обязательной ссылкой на цитируемый источник. Ссылка оформляется в виде сноски с соответствующим порядковым номером внизу страницы под чертой.

Пример:

Отсутствие ссылок на источники, из которых приводятся цитаты, снижает оценку контрольной работе.

Заканчивается работа списком фактически использованной литературы, расположенной в следующем порядке: нормативные источники (Законы, Указы, постановления), остальная литература в алфавитном порядке.

Оформление контрольной работы

По своему объему контрольная работа не должна превышать 15-20 листов формата А4, или 22-24 страницы ученической тетради. Страницы работы должны быть пронумерованы и оставлены поля для замечаний рецензента.

На обложке контрольной работы указываются: факультет, отделение, курс, номер группы, предмет, тема контрольной работы, фамилия, имя и отчество автора.

На титульном листе указывается тема контрольной работы, воспроизводится план работы с указанием страниц разделов.

Контрольная работа может быть напечатана или написана чернилами, разборчиво, аккуратно, с достаточными интервалами между строками, страницы пронумерованы, сноски оформлены в подстрочнике.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Система современных видов рекламной коммуникации" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Система современных видов рекламной коммуникации" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе Татарская общественно-политическая журналистика .