

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Набережночелнинский институт (филиал)
Отделение информационных технологий и энергетических систем



Утверждаю

Первый заместитель директора
НЧИ КФУ Симонова Л. А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Основы рекламы в машиностроении

Направление подготовки: 15.04.02 - Технологические машины и оборудование

Профиль подготовки: Гидравлические машины, гидроприводы и гидропневмоавтоматика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
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 (модуля)
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 литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
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 (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) Удалов Н.В.

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

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-6	способностью свободно пользоваться литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, создавать и редактировать тексты профессионального назначения, владением иностранным языком как средством делового общения
ОПК-7	способностью организовывать работу по повышению научно-технических знаний работников

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

основы рекламной деятельности (содержательный, правовой и экономический аспекты) в сфере машиностроения;

Должен уметь:

работать с рекламным обращением в рамках конкретных должностных обязанностей.

Должен владеть:

навыками создания и размещения рекламных обращений применительно к маркетинговым потребностям конкретного предприятия, фирмы, организации

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания, умения, навыки в процессе профессиональной деятельности работы с рекламным обращением в рамках конкретных должностных обязанностей.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.2 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 15.04.02 "Технологические машины и оборудование (Гидравлические машины, гидроприводы и гидропневмоавтоматика)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 2 курсе в 4 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) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 24 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 24 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 48 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 4 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	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
	Тема 1. Реклама в системе массовых коммуникаций. Процесс					

рекламной деятельности, основные его этапы. Маркетинговые исследования ? предпосылка эффективной рекламы.

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Принципы организации рекламы. Агентства полного цикла. Менеджмент рекламы, пути оптимизации рекламной деятельности предприятия.	4	0	4	0	8
3.	Тема 3. Рекламное обращение, его основные особенности. Виды и средства рекламы. Текстовые, выразительные и оформительские элементы рекламного обращения.	4	0	4	0	8
4.	Тема 4. Характеристики печатной, телевизионной, аудиорекламы. Специфика наружной рекламы и рекламной деятельности в сети Интернет.	4	0	4	0	8
5.	Тема 5. Эффективность рекламы. Экономические и коммуникативные факторы эффективности. Дисфункциональные эффекты в рекламе и пути их преодоления.	4	0	4	0	8
6.	Тема 6. Особенности правового и этического регулирования рекламной деятельности.	4	0	4	0	8
	Итого		0	24	0	48

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Реклама в системе массовых коммуникаций. Процесс рекламной деятельности, основные его этапы. Маркетинговые исследования ? предпосылка эффективной рекламы.

Сущность и специфика рекламной деятельности. Подходы к определению рекламы. Культурологическая и маркетинговая концепция рекламы. Реклама как специфическая область социальных массовых коммуникаций. Основные элементы схемы рекламной коммуникации. Место рекламы в системе коммерческой информации. Реклама как вид маркетинговых коммуникаций. Реклама как социальное явление. Функции рекламы, ее основные предметные сферы. Многообразие подходов к классификации рекламы, ее основные виды. Маркетинговая концепция как исходная позиция рекламной деятельности. Процесс рекламной деятельности, его основные этапы. Выбор рыночного сектора, определение и сегментирование целевой аудитории как необходимые условия успешной рекламной деятельности.

Основные этапы рекламной деятельности: исследования, планирование, составление рекламных обращений, проведение рекламной кампании, контролирование ее эффективности. Процесс рекламной деятельности как коммуникативный феномен.

Тема 2. Принципы организации рекламы. Агентства полного цикла. Менеджмент рекламы, пути оптимизации рекламной деятельности предприятия.

Структура и инфраструктура рекламного рынка, типы субъектов рекламной деятельности. Организация рекламной деятельности фирмой-рекламодателем. Формирование рекламного бюджета, его основные статьи. Рекламные агентства как один из субъектов рынка рекламы. Типы рекламных агентств. Типовая структура агентства полного цикла. Основные отделы рекламных агентств: отдел по работе с клиентами (отдел исполнения заказов); креативный (творческий отдел); производственный отдел; медиаотдел; отдел маркетинга (аналитический). Специфика креативной деятельности в рекламе. Отдел по работе с клиентами как ведущий отдел рекламного агентства.

Тема 3. Рекламное обращение, его основные особенности. Виды и средства рекламы. Текстовые, выразительные и оформительские элементы рекламного обращения.

Понятие рекламного обращения. Рекламное обращение как инструмент достижения целей рекламной деятельности. Рекламное обращение как элемент рекламной коммуникации. Процесс разработки рекламных посланий. Основные этапы творческого рекламного процесса. Характеристика основных научных креативных технологий.

Содержание рекламного обращения, его композиция, основные структурные элементы.

Тема 4. Характеристики печатной, телевизионной, аудиорекламы. Специфика наружной рекламы и рекламной деятельности в сети Интернет.

Форма рекламного обращения. Жанры рекламы. Медиапланирование в рекламной деятельности, его основные этапы, требования и подходы к разработке медиаплана. Характеристика основных каналов передачи рекламного сообщения, их преимущества и недостатки. Особенности печатных, телевизионных и аудиорекламных, интернет-обращений. Другие каналы и виды распространения рекламы.

Тема 5. Эффективность рекламы. Экономические и коммуникативные факторы эффективности. Дисфункциональные эффекты в рекламе и пути их преодоления.

Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности. Психологические закономерности восприятия рекламного послания получателем. Понятие целевой аудитории рекламы, ее основные характеристики. Анализ структуры потребительских мотивов целевой аудитории и учет ее потребностей как предпосылка создания эффективного рекламного послания. Этапы и приемы психологического воздействия на аудиторию.

Тема 6. Особенности правового и этического регулирования рекламной деятельности.

Саморегулирование в области рекламы: профессиональные и общественные организации и их деятельность. Анализ структуры потребительских мотивов целевой аудитории и учет ее потребностей как предпосылка создания эффективного рекламного послания. Психологические закономерности восприятия рекламного послания получателем. Этические аспекты рекламной деятельности.

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 №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

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 4			
	<i>Текущий контроль</i>		
1	Письменная работа	ОПК-7, ОК-6	5. Эффективность рекламы. Экономические и коммуникативные факторы эффективности. Дисфункциональные эффекты в рекламе и пути их преодоления. 6. Особенности правового и этического регулирования рекламной деятельности.

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
2	Творческое задание	ОК-6	3. Рекламное обращение, его основные особенности. Виды и средства рекламы. Текстовые, выразительные и оформительские элементы рекламного обращения. 4. Характеристики печатной, телевизионной, аудиорекламы. Специфика наружной рекламы и рекламной деятельности в сети Интернет.
3	Презентация	ОПК-7, ОК-6	1. Реклама в системе массовых коммуникаций. Процесс рекламной деятельности, основные его этапы. Маркетинговые исследования ? предпосылка эффективной рекламы. 2. Принципы организации рекламы. Агентства полного цикла. Менеджмент рекламы, пути оптимизации рекламной деятельности предприятия.
Экзамен		ОК-6, ОПК-7	

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 4					
Текущий контроль					
Письменная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	1
Творческое задание	Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная 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.	2

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Презентация	Превосходный уровень владения материалом. Высокий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения полностью соответствуют задачам презентации. Используются надлежащие источники и методы.	Хороший уровень владения материалом. Средний уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения в основном соответствуют задачам презентации. Используются источники и методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Удовлетворительный уровень владения материалом. Низкий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения слабо соответствуют задачам презентации. Используются источники и методы частично соответствуют поставленным задачам.	Неудовлетворительный уровень владения материалом. Неудовлетворительный уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения не соответствуют задачам презентации. Используются источники и методы не соответствуют поставленным задачам.	3
Экзамен	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	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 4

Текущий контроль

1. Письменная работа

Темы 5, 6

Перечислить основные документы, регулирующие рекламную и PR-деятельность, кратко осветить специфику каждого из них. Изложить свое видение «слабых мест» и пробелов, существующих в данных документах, по возможности предложить необходимые усовершенствования (необязательно жестко придерживаться юридической терминологии).

Спланировать 2 комплексных рекламных кампании для машиностроительного рынка, при этом одна из них должна продвигать уже существующий бренд, а для другой нужно предварительно придумать принципиально новый рекламируемый продукт.

Главное условие обеих рекламных кампаний – минимальный бюджет.

2. Творческое задание

Темы 3, 4

Опираясь на теоретическую базу (в том числе и по психологии рекламы), составить рекламное обращение для различных носителей: сюжет для телеролика, для радиоролика, для печатной и наружной рекламы, а также разработать идею, как можно подать это обращение в качестве скрытой или косвенной рекламы.

Функции слогана и заголовка. Информационные и риторические характеристики слогана. Эффективные типы слоганов. "Слепые" заголовки. Стилистика рекламного заголовка и слогана. Композиция рекламного сообщения. Принципы создания рекламного текста. Рекламная аргументация. Приемы повышения читаемости рекламного текста. Драматизированный и недраматизированный рекламный текст. Нарративная реклама. Рекламирование по аналогии. Реклама инструкция. Перечисления в рекламе. Реклама парадокс. Реклама с минимальным текстом. Функция заключительной фразы (tag line) в рекламном тексте. Экспертная система ВААЛ и ее использование при разработке рекламного текста.

Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности рекламного макета. Взаимодействие визуальной и вербальной частей (изображение и текст). Денотативное и коннотативное значение изображения. Преимущества изображения и преимущества текста.

3. Презентация

Темы 1, 2

составить портрет целевой аудитории рекламной кампании, разработать для нее рекламное обращение (возможно, несколько вариантов) и выбрать оптимальные рекламные носители (предмет рекламной кампании не выбирается студентами самостоятельно, каждая группа получает отдельное задание от преподавателя). Составить портрет целевой аудитории рекламной кампании, разработать для нее рекламное обращение (возможно, несколько вариантов) и выбрать оптимальные рекламные носители (предмет рекламной кампании не выбирается студентами самостоятельно, каждая группа получает отдельное задание от преподавателя).

Создание телевизионной рекламы и кинорекламы. Разработка концепции. Типы телерекламы. Техника производства телерекламы. Анимация. Живое действие. Специальные эффекты. Процесс производства. Подготовительный этап. Производственный этап. Завершающий этап. Кино и видео. Затраты. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Производство радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Написание сценария радиорекламы. Типы радиорекламы. Производство рекламного продукта для сети Интернет.

Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Жанры современной радиорекламы: прямое объявление, музыкальная заставка, жанровая сценка, оригинальное представление.
2. Творческие и производственные технологии создания радиорекламы.
3. Изобразительные жанры рекламы. Жанр вывески. Современные технологии оформления витрин. Жанрообразующие признаки рекламного плаката.
4. Системы письменных жанров рекламы.
5. Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы.
6. Жанры телевизионной рекламы.
7. Преимущества и недостатки использования телеэфира в рекламном творчестве.
8. Творческие технологии в создании рекламных роликов. Анимация, живое действие, специальные эффекты.
9. Разработка основной идеи рекламы и цели создания качественного текста.
10. Модель AISDA (внимание, интерес, доверие, желание, действие).
11. Терминология рекламных текстов: заголовки, слоганы, подзаголовки, основной текст, врезки, вставки и рамки, девизы, иллюстрации, печати, логотипы и автографы.
12. Разработка названий для товаров brand name.
13. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях.
14. Основы нейролингвистического программирования (НЛП). Особенности применения НЛП в рекламе.
15. Понятие копирайтинга в широком и узком смысле.
16. Функциональные обязанности копирайтера и требования к уровню его подготовки.
17. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Выразительные средства речи и речевое воздействие. Фонетика и ритмика.
18. Стилистика языка рекламы.
19. Орфографические, грамматические, семантические словари и их использование в копирайтинге.
20. Функции слогана и заголовка.
21. Информационные и риторические характеристики слогана. Эффективные типы слоганов. "Слепые" заголовки.
22. Стилистика рекламного заголовка и слогана.

23. Композиция рекламного сообщения.
 24. Принципы создания рекламного текста.
 25. Рекламная аргументация.
 26. Приемы повышения читаемости рекламного текста.
 27. Драматизированный и недраматизированный рекламный текст.
 28. Нарративная реклама.
 29. Рекламирование по аналогии.
 30. Реклама инструкция.
 31. Перечисления в рекламе.
 32. Реклама парадокс.
 33. Реклама с минимальным текстом.
 34. Функция заключительной фразы (tag line) в рекламном тексте.
 35. Экспертная система ВААП и ее использование при разработке рекламного текста.
 36. Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности рекламного макета.
 37. Взаимодействие визуальной и вербальной частей (изображение и текст).
 38. Преимущества изображения и преимущества текста.
 39. Язык печатной рекламы. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе.
 40. Рекламная листовка и рекламный буклет. Язык бизнес-рекламы и потребительской рекламы. Язык наружной и транзитной рекламы.
 41. Язык телевизионной рекламы.
 42. Язык радиорекламы.
 43. Язык прямой почтовой рекламы.
 44. Реклама и искусство.
 45. Роль крейтора в рекламном творчестве.
 46. Художественный редактор.
 47. Художник дизайнер, художник иллюстратор, художник оформитель и их функции в рекламе.
 48. Художественный дизайн в рекламе.
 49. Компьютерный дизайн в рекламе.
 50. Режиссура рекламы.
 51. Композиция рекламного сообщения.
 52. Этапы проработки композиции.
 53. Выбор наиболее эффективных видов композиции.
 54. Визуальные средства рекламы.
 55. Практические технологии фоторекламы.
 56. Конструирование упаковки.
 57. Технология и планирование печатного производства.
 58. Типография: классы шрифтов, группы шрифтов, семейство шрифтов. Структура и единицы измерения шрифта.
 59. Способы типографского набора.
 60. Печать. Подготовка рекламных материалов к печати. Способы печати.
- организации рекламы.
- Виды рекламных агентств, специфика креативной деятельности в рекламе.
- Основные понятия менеджмента рекламы.
- Понятие целевой аудитории рекламы, ее основные характеристики.
- Учет психологических факторов при создании рекламного обращения, специфика рекламной деятельности в мультикультурной среде.
- Рекламное обращение, его основные особенности. Текстовые, выразительные и оформительские элементы рекламного обращения.
- Типы рекламных обращений. Содержание, форма и структура рекламных обращений.
- Характеристика печатной рекламы: преимущества и недостатки.
- Характеристика радиорекламы: преимущества и недостатки.
- Характеристика телерекламы: преимущества и недостатки.
- Интернет-реклама: особенности и перспективы развития.
- Особенности функционирования, перспективы развития различных видов рекламоносителей (наружная, транспортная, сувенирная и т.д. реклама).
- Экономические и коммуникативные факторы эффективности рекламы.
- Дисфункциональные эффекты в рекламе и пути их преодоления.
- Особенности правового и этического регулирования рекламной деятельности в СМИ.
- Саморегулирование в области рекламы. Этические аспекты рекламной деятельности.

Тенденции развития рекламы в современной России.

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 4			
Текущий контроль			
Письменная работа	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	1	15
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.	2	15
Презентация	Обучающиеся выполняют презентацию с применением необходимых программных средств, решая в презентации поставленные преподавателем задачи. Обучающийся выступает с презентацией на занятии или сдаёт её в электронном виде преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме презентации, логичность, информативность, способы представления информации, решение поставленных задач.	3	20
Экзамен	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

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

Adme.Вдохновение. Творчество. Позитив. - <http://www.adme.ru>

библиотека Центра экстремальной журналистики - <http://www.library.cjes.ru>

все о рекламе, маркетинге и PR - <http://www.advertology.ru>

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

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	Работа на практических занятиях предполагает исследование обучающимися методических рекомендаций и методов применяемых при функционально стоимостном анализе, и др. экономических методов, для анализа рисков при создании и освоении наукоемкой продукции. С использованием методических материалов и специализированного программного обеспечения.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов подразумевает как проработку лекционного материала с использованием рекомендуемой учебной литературы, так и освоение материала, вынесенного на самостоятельное изучение, а также разработку компьютерной программы и подготовку к устным опросам, практическим занятиям и экзамену.
творческое задание	Творческая работа не является рефератом и не должна носить описательный характер, большое место в ней должно быть уделено аргументированному представлению своей точки зрения студентами, критической оценке рассматриваемого материала и проблематики, что должно способствовать раскрытию творческих и аналитических способностей. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции. Зачастую в работах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.
письменная работа	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно дома, и сдаётся преподавателю на одном занятии. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.
презентация	Презентация ? это документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, проекта, товара и т.п.). Цель презентации ? донести до целевой аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме. Презентация является одним из маркетинговых и PR инструментов. Описание презентаций. презентация может представлять собой сочетание текста.
экзамен	При подготовке к экзамену необходимо, прежде всего, опираться на конспекты лекций, а также на источники, которые разбирались на практических занятиях в течение изучения курса. На экзамене обучающийся отвечает на вопросы в выбранном билете (каждый билет содержит по два вопроса из приведенного выше списка)

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

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

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

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

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 15.04.02 "Технологические машины и оборудование" и магистерской программе "Гидравлические машины, гидроприводы и гидропневмоавтоматика".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.2 Основы рекламы в машиностроении

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 15.04.02 - Технологические машины и оборудование

Профиль подготовки: Гидравлические машины, гидроприводы и гидропневмоавтоматика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Основная литература:

1. Анохина Т. Я. Стилистика и культура русской речи : учебник / Т. Я. Анохина, О. П. Гонтарева и др.; под ред. проф. Т. Я. Анохиной. - Москва : Форум : НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с. - (Высшее образование : Бакалавр.). - В пер. - ISBN 978-5-91134-717-8. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=391714>.
2. Мандель Б. Р. Современный русский язык : лексика, словообразование, морфология [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б. Р. Мандель. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 374 с. - ISBN 978-5-9558-0300-5 (Вузовский учебник). - 978-5-16-006528-1 (ИНФРА-М). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=403676>.
3. Машина О. Ю. Русский язык и культура речи : учебное пособие / О. Ю. Машина. - 2-е изд. - Москва : ИЦ РИОР : ИНФРА-М, 2011. - 168 с. - (Высшее образование). - В пер. - ISBN 978-5-369-00784-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=230662>.
4. Текст в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) 'Реклама' / Бернадская Ю.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с.: 60x90 1/16. - (Азбука рекламы) ISBN 978-5-238-01382-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883115>

Дополнительная литература:

1. Реклама: язык, речь, общение: Учебное пособие / Под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 288 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003389-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/143881>
2. Богданова Л. И. Стилистика русского языка и культуры речи : лексикология для речевых действий : учебное пособие / Л. И. Богданова. - Москва : Флинта : Наука, 2011. - 248 с. - ISBN 978-5-9765-0912-2. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=319556>.
3. Боженкова Р. К. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] : учебник / Р. К. Боженкова, Н. А. Боженкова, В. М. Шаклеин. - Москва : Флинта : Наука, 2011. - 608 с. - ISBN 978-5-9765-1004-3 (ФЛИНТА). - ISBN 978-5-02-037317-4 (Наука). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=405900>.
4. Гойхман О. Я. Русский язык и культура речи.: учебник / О. Я. Гойхман, Л. М. Гончарова и др. ; под ред. О. Я. Гойхмана. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 240 с. - (Высшее образование : Бакалавриат). - В пер. - ISBN 978-5-16-002303-8. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=460704>.

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.2 Основы рекламы в машиностроении

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 15.04.02 - Технологические машины и оборудование

Профиль подготовки: Гидравлические машины, гидроприводы и гидропневмоавтоматика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.