

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Зарубежная реклама БЗ.ДВ.5

Направление подготовки: 031300.62 - Журналистика

Профиль подготовки: Международная журналистика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Дорошук Е.С. , Моисеева Е.В.

Рецензент(ы):

Спирчагова Т.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Дорошук Е. С.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 94183714

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Дорошук Е.С. Кафедра теории и практики электронных средств массовой информации Отделение массовых коммуникаций , Elena.Doroshchuk@kpfu.ru ; Моисеева Е.В.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Зарубежная реклама" являются:

- формирование представления о специфике зарубежной и международной рекламной информации в медиаполе;
- освоение полного технологического цикла производства и трансляции рекламного продукта для зарубежной аудитории;
- владение приемами использования рекламы в программах продвижения СМИ для зарубежной аудитории.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.5 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.62 Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Дисциплина "Зарубежная реклама" входит в состав дисциплин вариативной части профессионального цикла и предлагается по выбору в качестве профессиональной специализации.

Дисциплина "Зарубежная реклама" является логическим продолжением курсов: "Основы рекламы и паблик рилейшнз СМИ", на основе изучения которой студенты должны знать основы рекламной деятельности в СМИ; "Основы журналистской деятельности", на основе изучения которой студенты должны знать отличительные особенности телевидения как одного из видов СМИ, базовые принципы разработки концепции, модели телепрограмм и уметь осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики телевидения, быть способными принимать участие в производственном процессе выпуска телевизионной программы.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-17 (общекультурные компетенции)	ОК-17 свободное владение нормами и средствами выразительности русского (и родного - национального) языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации, при подготовке журналистских публикаций;
ПК-29 (профессиональные компетенции)	ПК-29 знание методов редактирования текстов СМИ, основанных на использовании новых технологий;
ПК-30 (профессиональные компетенции)	ПК-30 знание фонетических, лексических, грамматических, семантических, стилистических норм современного русского языка в целом и особенностей их применения в практике современных СМИ
ПК-36 (профессиональные компетенции)	ПК-36 знание основ рекламной деятельности в СМИ (содержательный, правовой и экономический аспекты).

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

особенности рекламной деятельности за рубежом и на международном уровне (история, право, персоналии, события);

2. должен уметь:

работать с рекламой в рамках конкретных должностных обязанностей СМИ в соответствии со спецификой основных видов журналистской деятельности: авторская, редакторская, организационно-управленческая; производственно- технологическая;

3. должен владеть:

навыками научного исследования (теоретического и эмпирического) и умением презентации полученных результатов перед аудиторией.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

к творческой, организационной и административной деятельности в сфере международной рекламы

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Реклама в медиаполе глобального мира	7	1	2	0	0	устный опрос
2.	Тема 2. Зарубежная и российская реклама на международном рынке	7	2	2	0	0	устный опрос
3.	Тема 3. Проблемы межкультурной коммуникации в рекламе	7	3	2	0	0	коллоквиум
4.	Тема 4. Вопросы регулирования на международном рынке рекламы	7	4	2	0	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
5.	Тема 5. История зарубежной рекламы	7	5	2	0	0	реферат
6.	Тема 6. Креативные стратегии в зарубежной рекламе	7	6	2	0	0	творческое задание
7.	Тема 7. Концепции рекламной деятельности	7	7	2	0	0	творческое задание
8.	Тема 8. Психологические теории в рекламной деятельности	7	8	2	0	0	творческое задание
9.	Тема 9. Основные виды и жанры рекламы: зарубежный опыт	7	9	2	0	0	отчет
10.	Тема 10. Эффективность и качество рекламного продукта. Опыт разных стран мира. Эффективность и качество рекламного продукта	7	10	2	0	0	отчет
11.	Тема 11. Зарубежная социальная реклама Зарубежная социальная реклама	7	11	2	0	0	устный опрос
12.	Тема 12. Зарубежная корпоративная реклама	7	12	2	0	0	творческое задание
13.	Тема 13. Зарубежная коммерческая реклама Зарубежная коммерческая реклама	7	13	2	0	0	творческое задание
14.	Тема 14. Зарубежная политическая реклама	7	14	2	0	0	творческое задание
15.	Тема 15. Мультимедийная рекламная кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории Мультимедийная рекламная кампания	7	15	2	0	0	деловая игра

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
16.	Тема 16. Особенности рекламного текста в продвижении СМИ для зарубежной аудитории	7	16	2	0	0	деловая игра
17.	Тема 17. Планирование и реализация рекламной кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории	7	17	2	0	0	деловая игра
18.	Тема 18. Презентация рекламной кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории	7	18	2	0	0	деловая игра
.	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	экзамен
	Итого			36	0	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Реклама в медиаполе глобального мира

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие "реклама" в российских и зарубежных исследованиях Межкультурный характер рекламной коммуникации

Тема 2. Зарубежная и российская реклама на международном рынке

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Влияние глобализации на российское медиаполе Продвижение интересов России за рубежом

Тема 3. Проблемы межкультурной коммуникации в рекламе

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Этапы коммуникационного процесса в рекламе Проблемы понимания в международном общении

Тема 4. Вопросы регулирования на международном рынке рекламы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Законодательные акты в регулировании международной и российской рекламной деятельности Процессы саморегулирования на рекламном рынке

Тема 5. История зарубежной рекламы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Зарождение рекламного дела. Протореклама. Основные направления развития европейской рекламы Развитие американской рекламы

Тема 6. Креативные стратегии в зарубежной рекламе

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Этапы разработки креативной стратегии слабая стратегия рекламы (week strategy) средняя стратегия рекламы (mean strategy) сильной креативной стратегии создания рекламы (strong strategy).

Тема 7. Концепции рекламной деятельности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Стандартизация в международной рекламе Адаптация в международной рекламе

Тема 8. Психологические теории в рекламной деятельности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Теории мотивации в рекламной коммуникации Психология восприятия рекламы Приемы манипулирования сознанием

Тема 9. Основные виды и жанры рекламы: зарубежный опыт

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Средства распространения рекламы Жанры рекламы в СМИ Реклама в Интернете

Тема 10. Эффективность и качество рекламного продукта. Опыт разных стран мира. Эффективность и качество рекламного продукта

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Реклама как элемент маркетинга Реклама в структуре брендинга Оценка эффективности рекламы

Тема 11. Зарубежная социальная реклама Зарубежная социальная реклама

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Специфика предмета социальной рекламы Особенности выбора средств распространения социальной рекламы

Тема 12. Зарубежная корпоративная реклама

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Формирование имиджа и репутации зарубежной компании в России Комплекс коммуникаций в продвижении международной компании

Тема 13. Зарубежная коммерческая реклама Зарубежная коммерческая реклама

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цели и функции коммерческой рекламы Рекламные коммуникации торговой компании Рекламные коммуникации производственной компании

Тема 14. Зарубежная политическая реклама

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цели и функции рекламы в политической сфере Имидж политика в политической рекламе Реклама как средство продвижения в политике

Тема 15. Мультимедийная рекламная кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории Мультимедийная рекламная кампания

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Продвижение СМИ средствами телевизионной рекламы Средства печатной рекламы в продвижении СМИ Интернет как инструмент продвижения СМИ

Тема 16. Особенности рекламного текста в продвижении СМИ для зарубежной аудитории

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Модели рекламного воздействия в маркетинге Структура и форма рекламного обращения Выразительные средства рекламного обращения

Тема 17. Планирование и реализация рекламной кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Подготовка рекламной кампании Организация рекламной кампании Условия успешной реализации рекламной кампании

Тема 18. Презентация рекламной кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Оценка качества и эффективности рекламной кампании Прогнозирование экономических и коммуникационных результатов Презентация отчетной информация

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

№	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Реклама в медиаполе глобального мира	7	1	подготовка к устному опросу	2	устный опрос
2.	Тема 2. Зарубежная и российская реклама на международном рынке	7	2	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Проблемы межкультурной коммуникации в рекламе	7	3	подготовка к коллоквиуму	4	коллоквиум
4.	Тема 4. Вопросы регулирования на международном рынке рекламы	7	4	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
5.	Тема 5. История зарубежной рекламы	7	5	подготовка к реферату	2	реферат
6.	Тема 6. Креативные стратегии в зарубежной рекламе	7	6	подготовка к творческому экзамену	5	творческое задание
7.	Тема 7. Концепции рекламной деятельности	7	7	подготовка к творческому экзамену	5	творческое задание
8.	Тема 8. Психологические теории в рекламной деятельности	7	8	подготовка к творческому экзамену	5	творческое задание
9.	Тема 9. Основные виды и жанры рекламы: зарубежный опыт	7	9	подготовка к отчету	5	отчет
10.	Тема 10. Эффективность и качество рекламного продукта. Опыт разных стран мира. Эффективность и качество рекламного продукта	7	10	подготовка к отчету	5	отчет
11.	Тема 11. Зарубежная социальная реклама Зарубежная социальная реклама	7	11	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
12.	Тема 12. Зарубежная корпоративная реклама	7	12	подготовка к творческому экзамену	5	творческое задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
13.	Тема 13. Зарубежная коммерческая реклама Зарубежная коммерческая реклама	7	13	подготовка к творческому экзамену	5	творческое задание
14.	Тема 14. Зарубежная политическая реклама	7	14	подготовка к творческому экзамену	5	творческое задание
15.	Тема 15. Мультимедийная рекламная кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории Мультимедийная рекламная кампания	7	15		5	деловая игра
16.	Тема 16. Особенности рекламного текста в продвижении СМИ для зарубежной аудитории	7	16		5	деловая игра
17.	Тема 17. Планирование и реализация рекламной кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории	7	17		5	деловая игра
18.	Тема 18. Презентация рекламной кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории	7	18		5	деловая игра
	Итого				81	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Курс "Зарубежная реклама" реализуется в форме традиционных методов обучения: лекция, лабораторная работа, семинар и инновационных методов обучения: мастер - класс, анализ конкретных ситуаций. Для формирования профессиональных компетенций большое значение имеет использование интерактивных образовательных технологий: анализ конкретных ситуаций, деловая игра.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Реклама в медиаполе глобального мира

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы по содержанию лекции

Тема 2. Зарубежная и российская реклама на международном рынке

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы по содержанию оекции

Тема 3. Проблемы межкультурной коммуникации в рекламе

коллоквиум , примерные вопросы:

Диалог культур в рекламной коммуникации: Россия и Америка, Россия и Франция, Россия и Япония и т.д.

Тема 4. Вопросы регулирования на международном рынке рекламы

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы по содержанию лекции

Тема 5. История зарубежной рекламы

реферат , примерные темы:

Характеристика одного из этапов развития рекламной деятельности стран Европы и Америки

Тема 6. Креативные стратегии в зарубежной рекламе

творческое задание , примерные вопросы:

Разработать стратегию продвижения товара для детской аудитории

Тема 7. Концепции рекламной деятельности

творческое задание , примерные вопросы:

Разработать рекламную концепцию для детской игрушки

Тема 8. Психологические теории в рекламной деятельности

творческое задание , примерные вопросы:

Разработать психологическое обоснование рекламы детского товара

Тема 9. Основные виды и жанры рекламы: зарубежный опыт

отчет , примерные вопросы:

Провести медиаисследование, определив преимущественное использование видов и жанров рекламы в зарубежном журнале

Тема 10. Эффективность и качество рекламного продукта. Опыт разных стран мира.

Эффективность и качество рекламного продукта

отчет , примерные вопросы:

Провести медиаисследование, оценив качество и эффективность рекламной кампании в Интернете

Тема 11. Зарубежная социальная реклама Зарубежная социальная реклама

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы по содержанию лекции

Тема 12. Зарубежная корпоративная реклама

творческое задание , примерные вопросы:

Предложить рекламную кампанию для пропаганды национальных ценностей

Тема 13. Зарубежная коммерческая реклама Зарубежная коммерческая реклама

творческое задание , примерные вопросы:

Разработать рекламное сообщение для товара повседневного спроса для использования на разных носителях

Тема 14. Зарубежная политическая реклама

творческое задание , примерные вопросы:

Разработать позиционирование лидера одной из зарубежных стран для рекламной кампании в России

Тема 15. Мультимедийная рекламная кампания по продвижению СМИ для зарубежной аудитории Мультимедийная рекламная кампания

деловая игра , примерные вопросы:

Мозговой штурм по выбору рекламных носителей по продвижению СМИ

Тема 16. Особенности рекламного текста в продвижении СМИ для зарубежной аудитории

деловая игра , примерные вопросы:

Конкурс рекламных текстов

Тема 17. Планирование и реализация рекламной кампании по продвижению СМИ для зарубежной аудитории

деловая игра , примерные вопросы:

ролевая игра "Разработка рекламной кампании"

Тема 18. Презентация рекламной кампании по продвижению СМИ для зарубежной аудитории

деловая игра , примерные вопросы:

Конкурс отчетов-презентаций по итогам рекламной кампании

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Контроль успеваемости обучаемых по курсу "Зарубежная реклама" осуществляется в форме подготовки рефератов, проведения научного исследования практики рекламной деятельности и проектирования кампании по продвижению СМИ.

Тематика рефератов

1. Понятие и типология зарубежной рекламы.
2. Особенности подачи рекламной информации в разных типах зарубежных изданий, телевизионных и радиокмпаний.
3. Реклама, PR и журналистика: общее и отличное.
4. История и современность рекламной деятельности в зарубежных странах (на примере США и стран Западной Европы).
5. Рынок американской рекламы и тенденции развития рекламного бизнеса в США.
6. Современная реклама в Европе. Состояние рекламного рынка (реклама в прессе, на радио, на телевидении, наружная реклама и реклама в транспорте).
7. Успешные рекламные и PR-кампании в мировой практике: способы достижения результата.
8. Рациональное и эмоциональное в американской рекламе.
9. Проблемы межкультурной коммуникации в рекламной деятельности глобального мира.
10. Средства распространения рекламной информации глобального мира.
11. Мультимедийная реклама скандинавских стран.
12. Рекламные методы создания политического имиджа в европейских странах.
13. Коммуникативный дизайн рекламы ближнего зарубежья.
14. Образ потребителя в рекламных продуктах европейских стран.
15. Современные методы тестирования рекламного продукта.
16. Проблемы правового и этического регулирования международной рекламной деятельности.
17. Творческая сторона рекламы на рынках Европы и Азии.
18. Торговая марка: местный, региональный и глобальный уровни.
19. Способы регулирования международной рекламной деятельности.
20. Россер Ривс. Концепция уникального торгового предложения.
21. Стэнли и Элен Резор. Концепция торговой марки.
22. Теодор МакМакус. Концепция эмоциональной рекламы.
23. Дэвид О'Гилви. Концепция ориентации на потребителя.
24. Джек Траут и Эл Райз. Концепция позиционирования
25. Эл Райс и Джек Траут. Маркетинговые войны

Научное исследование

Студентам предлагается провести мониторинг медиа-канала (указывается дополнительно) и проанализировать рекламную информацию в соответствии с одним из заданий (на выбор):

Задание 1: охарактеризовать размещение рекламной информации зарубежных производителей в российском медиаполе;

Задание 2: проанализировать пример печатной зарубежной рекламы на предмет соответствия дизайна содержанию рекламного сообщения;

Задание 3: осуществить мониторинг сети Интернет, отслеживая рекламную информацию в контенте сайта зарубежных стран;

Задание 4: охарактеризовать жанровую реализацию рекламной деятельности зарубежного товаропроизводителя (на выбор);

Задание 5: проанализировать примеры зарубежной рекламы разных типов (коммерческая, социальная, корпоративная, политическая) на предмет достижения поставленных целей;

Задание 6: проанализировать зарубежный рекламный ролик, оценив его эффективность.

Задание 7. сравнить рекламные продукты одной торговой марки, ориентированные на потребителей разных стран и культур.

Проектирование

Студентам предлагается подготовить проект продвижения средства массовой информации для зарубежной аудитории с использованием мультимедийной рекламы на основе предложенной структуры и защитить его публично.

План проекта продвижения СМИ как медиа-продукта

1. Анализ ситуации: место нового СМИ на международном рынке.
2. Постановка цели и задач.
3. Разработка креативной идеи и ключевых сообщений.
4. Кадроплан мультимедийного рекламного ролика.
5. Средства продвижения: реклама и связи с общественностью.
6. План-график на месяц с указанием медиа-каналов и форм продвижения СМИ.

7.1. Основная литература:

Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - (Серия "Азбука рекламы"). - ISBN 978-5-238-01525-5.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390990>

Колокольцева, Т. Н. Рекламный дискурс и рекламный текст [Электронный ресурс] : коллективная монография / Науч. ред. Т. Н. Колокольцева. - М. : Флинта : Наука, 2011. - 296 с. - ISBN 978-5-9765-1112-5 (Флинта), ISBN 978-5-02-037667-0 (Наука).// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406010>

Эссе: Стилистический портрет / Л.Г. Кайда. - М.: Флинта: Наука, 2008. - 184 с.: 60x88 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9765-0276-5, 1000 экз. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=155144>

Зарубежная политическая лингвистика: Учебное пособие / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. - М.: Флинта: Наука, 2008. - 352 с.: 60x88 1/16. (e-book) ISBN 978-5-9765-0104-1, 1000 экз. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=320751>

7.2. Дополнительная литература:

Репина Е.А. Политический текст: психолингвистический анализ воздействия на электорат: Монография / Е.А. Репина; Под ред. В.П. Белянина; Предисл. В.А. Шкуратова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 91 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль). (о) ISBN 978-5-16-005215-1, 150 экз. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406121>

Лозовский, Б. Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации [Электронный ресурс] / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2008. - 212 с. - ISBN 978-5-7996-0395-3//<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=370929>

Тулупов, Владимир Васильевич. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / Тулупов В.В. Воронеж: Кварта, 2001. 313 с.: ил. (Системы и коммуникации). Библиогр.: с.313. ISBN 5-89609-016-1: 50.00.

Дизайн газеты и журнала : учебное пособие / В. В. Волкова, С. Г. Газанджиев, С. И. Галкин, В. П. Ситников; под ред. В. В. Волковой. Москва: Аспект Пресс, 2003. 222 с.: ил. Библиогр. в конце гл. ISBN 5-7567-0281-4.

Розенсон, Инна Александровна. Основы теории дизайна: учебник для студ. вузов / И. А. Розенсон. СПб.: Питер, 2008. 219 с.: Библиогр.: с. 195-197 ; Терминолог. словарь . ISBN 978-5-469-01143-9: р.185.90.

Шнейдеров, Виталий Семенович. Фотография, реклама, дизайн на компьютере: самоучитель / В. С. Шнейдеров. Издание 2-е. Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2004. 330 с.: ил.+ Прил. (1 CD-ROM). (Самоучитель). Алф. указ.: с.328-330. ISBN 5-94723-837-3.

7.3. Интернет-ресурсы:

Креативная реклама - ADME.ru

Пси-фактор. психология рекламы - psyfactor.org/lybr4.htm

Рекламный украинский портал - rup.com.ua

Сайт о практической рекламе - AdVesti.ru

Секреты рекламы - reclamesecret.com

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Зарубежная реклама" 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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. 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, УМК, 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 профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Для аудиторного обучения студентов по дисциплине "Зарубежная реклама" необходимо наличие учебной аудитории с мультимедийным оборудованием для демонстрации видео-материалов.

Для самостоятельной работы потребуется компьютерная техника, библиотека, доступ к сети Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООП ВПО по направлению и профилю подготовки "Международная журналистика".

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.62 "Журналистика" и профилю подготовки Международная журналистика

.

Автор(ы):

Дорошук Е.С. _____

Моисеева Е.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Спирчагова Т.А. _____

"__" _____ 201__ г.