

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

Система современных видов рекламной коммуникации М2.В.1

Направление подготовки: 031300.68 - Журналистика

Профиль подготовки: Татарская общественно-политическая журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Сабирова Л.Р.

**Рецензент(ы):**

-

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Гарифуллин В. З.

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 868510914

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) старший преподаватель, к.н. Сабирова Л.Р. Кафедра татарской журналистики Отделение массовых коммуникаций , LRSabirova@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины является изучение теорий коммуникаций и их применения в рекламной деятельности. Курс охватывает достаточно широкий круг правового регулирования рекламной деятельности, социально-психологических аспектов рекламы, раскрывает основные рекламные средства и их применение.

Программа предусматривает получение знаний о классификации рекламных средств, дает навыки разработки рекламных текстов на татарском языке.

Основная задача курса - познакомить студентов с принципами составления написания и редактирования текста рекламы - как одного из видов жанра журналистики и коммуникации.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.В.1 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.68 Журналистика и относится к вариативной части. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Профессиональный цикл М2.В1. 2 курс.

Данная дисциплина является логическим продолжением курса "История и теория татарской рекламы", которая была педназначена для студентов 4-го курса очного обучения по специальности 021400 - "Журналистика", по специализации "Средства массовой информацую основуии (национальная журналистика) на татарском языке".

Студенты, завершившие изучение данной дисциплины должны: усвоить суть, предмет рекламной коммуникации, её приоритеты и современное состояние, пути реформирования; иметь представление об историческом опыте татарской периодической печати в этой области, а также о проблемах современного рекламного дела; приобрести навыки написания, редактирования и перевода рекламных текстов для средств массовой коммуникации с учетом особенностей газеты, радио, телевидения и др.

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.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-10 (общекультурные компетенции)	способность к адаптации к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей, способность к активной профессиональной мобильности (ОК-10).
ОК-23 (общекультурные компетенции)	умение использовать современные цифровые технологии в соответствии с целями ООП магистратуры (ОК-23);
ОК-24 (общекультурные компетенции)	способность оформлять и представлять результаты выполненной работы (ОК-24).

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7 (общекультурные компетенции)	способность использовать на практике навыки и умения в организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ, в управлении коллективом (ОК-7);
ПК-13 (профессиональные компетенции)	способность к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности; умение самостоятельно ставить актуальные и перспективные задачи научных исследований в области журналистики и решать их с помощью современных методологий, методик и информационных технологий (ПК-13);

В результате освоения дисциплины студент:

1. 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;

2. должен уметь:

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

3. должен владеть:

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

4. 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.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 3 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. "Система современных видов рекламной коммуникации" курсының максаты, бурычлары, өйрәнү тәртибе.	3	1	0	2	0	домашнее задание
2.	Тема 2. Татар рекламының тарихы.	3	2-3	0	4	0	
3.	Тема 3. Реклам текстларның барлыкка килүе.	3	4-5	0	4	0	
4.	Тема 4. Реклам өлкәсендәге төшенчәләр	3	6-9	0	8	0	презентация
5.	Тема 5. Рекламның психологик үзенчәлекләре.	3	10-13	0	8	0	деловая игра
6.	Тема 6. Матбугат рекламы - жанрның бер төре.	3	14-15	0	4	0	творческое задание
7.	Тема 7. Реклам - сөйләм эшчәнлегенең бер төре.	3	16-17	0	4	0	
8.	Тема 8. Реклам төрләре: эчтөлек һәм формага карап реклам төрләрен барлау, үзенчәлекләрен ачыклау	3	18-21	0	8	0	научный доклад
9.	Тема 9. "Publicrelations" (PR) төшенчәсе.	3	22-23	0	4	0	презентация
10.	Тема 10. Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре	3	24-25	0	4	0	
11.	Тема 11. Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре.	3	26-27	0	4	0	творческое задание
12.	Тема 12. ММЧ рекламга куела торган таләпләр	3	28-30	0	6	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	зачет
	Итого			0	60	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

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

### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

курсының максаты, бурычлары, өйрәнү тәртибе. Реклам төшенчәсен ачыклау.

## **Тема 2. Татар рекламының тарихы.**

### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

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

## **Тема 3. Реклам текстларның барлыкка килүе.**

### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

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

## **Тема 4. Реклам өлкәсендәге төшенчәләр**

### **практическое занятие (8 часа(ов)):**

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.**

### **практическое занятие (8 часа(ов)):**

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. Матбугат рекламы - жанрның бер төре.**

### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Матбугат рекламы - жанрның бер төре. Журналистика жанрларының реклам текстына мөнәсәбәте. Жанр сыйфатының рекламга тәэсире.

## **Тема 7. Реклам - сөйләм эшчәнлегенң бер төре.**

### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Реклам - сөйләм эшчәнлегенң бер төре. Сөйләм иясенә (реklam бирүче), адресатына, ниятенә, шартына карап реклам текстын язу, редакцияләүнең, тәржемә итүнең үзенчәлеге.

## **Тема 8. Реклам төрләре: эчтәлек һәм формага карап реклам төрләрен барлау, үзенчәлекләрен ачыклау**

### **практическое занятие (8 часа(ов)):**

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 9. "Publicrelations" (PR) төшенчәсе.**

### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

"Publicrelations" (PR) төшенчәсе. Татарстанда PR кампанияләренң эшчәнлеге. Имидж тудыру чарасы буларак мәгълүмат органы.

## **Тема 10. Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре**

### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре. Мөһим кагыйдәләр. Текстның төп сыйфатлары. Реклам текстның элементлары: баш исем, башлам, төп реклам тексты, бәя, исем һәм адрес, купон, танылган слоган яки күзгә ташланып торган сорау һ.б.. Реклам текстын язу стиле. Рекламны кабул итү

## **Тема 11. Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре.**

### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре. Текстта сүз, тавыш, күренеш, хәрәкәт бердәмлеге. Шрифт, сүрәт, фото, графика мөмкинлекләреннән файдалану.

## **Тема 12. ММЧ рекламга куела торган таләпләр**

### **практическое занятие (6 часа(ов)):**

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

#### 4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. "Система современных видов рекламной коммуникации"курсының максаты, бурычлары, өйрәнү тәртибе.	3	1	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
4.	Тема 4. Реклам өлкәсендәге төшенчәләр	3	6-9	подготовка к презентации	12	презентация
5.	Тема 5. Рекламның психологик үзенчәлекләре.	3	10-13	подготовка к деловой игре	25	деловая игра
6.	Тема 6. Матбугат рекламы - жанрның бер төре.	3	14-15	подготовка к творческому экзамену	12	творческое задание
8.	Тема 8. Реклам төрләре: эчтәлек һәм формага карап реклам төрләрен барлау, үзенчәлекләрен ачыклау	3	18-21	изучение научной литературы по теме	12	научный доклад
9.	Тема 9. "Publicrelations" (PR) төшенчәсе.	3	22-23	подготовка к презентации	12	презентация
11.	Тема 11. Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре.	3	26-27	подготовка к творческому экзамену	7	творческое задание
	Итого				84	

#### 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Практические занятия проходят в форме дискуссий, презентаций, деловых игр, ролевых игр, разбор конкретных ситуаций.

Самостоятельная работа выполняется в течение семестра и предусматривает самостоятельную проработку литературы по темам для подготовки к практическим занятиям, а также изучение официальных нормативных материалов, законодательных актов, указов, постановлений, конспектирование научных статей, опубликованных в экономической периодической печати.

С учетом применения данной технологии обучения были выбраны следующие виды самостоятельных работ:

самостоятельные работы по образцу, которые выполняются на основе известного алгоритма (образца). Такие самостоятельные работы могут быть заданы в форме практических заданий к изучаемой теме или теоретических вопросов, необходимых для выполнения заданий текущей или следующей темы;

вариативные самостоятельные работы, которые содержат познавательные задачи, требующие от студента анализа незнакомой ему проблемной ситуации и получения необходимой новой информации. Как правило, такие технологические задания включаются в тему, но считаются необязательными для выполнения;

творческие (исследовательские) самостоятельные работы, которые предполагают непосредственное участие студента в производстве новых для него знаний. Самостоятельные работы данного типа могут быть заданы в форме индивидуальных и учебно-исследовательских заданий по выбору (интересу) студента

компьютерный класс с выходом в Интернет;

мультимедийное оборудование для чтения лекций-презентаций;

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

### **Тема 1. "Система современных видов рекламной коммуникации" курсының максаты, бурычлары, өйрөнү тәртібе.**

домашнее задание , примерные вопросы:

Изучение теории, зарубежной и отечественной практики разработки рекламных кампаний по рекомендуемой литературе.

### **Тема 2. Татар рекламының тарихы.**

### **Тема 3. Реклам текстларның барлыкка килүе.**

### **Тема 4. Реклам өлкәсендәге төшенчәләр**

презентация , примерные вопросы:

подготовить презентацию, креативно, включив каждый изученный термин

### **Тема 5. Рекламның психологик үзенчәлекләре.**

деловая игра , примерные вопросы:

проработать учебники по психологии рекламы, игра направлена на психологическое восприятие рекламной коммуникации аудитории.

### **Тема 6. Матбугат рекламы - жанрның бер төре.**

творческое задание , примерные вопросы:

определенный товар прорекламирровать. Подготовить разный текст (для ТВ, для радио, для газеты и т.д.)

### **Тема 7. Реклам - сөйләм эшчәнлегенң бер төре.**

### **Тема 8. Реклам төрләре: эчтәлек һәм формага карап реклам төрләрен барлау, үзенчәлекләрен ачыклау**

научный доклад , примерные вопросы:

изучив материал по теме подготовить научный доклад и защитить его перед студентами

### **Тема 9. "Publicrelations" (PR) төшенчәсе.**

презентация , примерные вопросы:

написать "как можно организовать PR- компанию" и презентовать его.

### **Тема 10. Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре**

### **Тема 11. Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре.**

творческое задание , примерные вопросы:

изучив материал по теме подготовить творческое задание, используя современные технологии прорекламирровать определенный товар.

### **Тема 12. ММЧ рекламга куела торган таләпләр**

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

1. Октябрь революциясенә кадәр татар матбугатында ("Тәрҗеман", "Бәянелхәк", "Вақыт", "Йолдыз", "Казхан мәхбире", "Кояш", "Нур" һ.б. газетларында, "Аң", "Дин вә мәгыйшәт", "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 шәрыкъ", "Совет мәктәбе" һ.б. журналларда) рекламның яңа шартларга ярашуы.
3. Совет хәкимияте чоры матбугатында (газет, журналларда) реклам текстының кайбер үзенчәлекләре.
4. Гомуми (чит илләр, Россия) рекламның тарихы. Үсү этаплары.
5. Рекламның функцияләре, бурычлары, рольләре, типлары.
6. Рекламның психологик үзенчәлекләре.
7. Бүгенге татарча һәр басмага (район, шәһәр, республика, корпоратив газетларга, журналларга, бюллетень, буклет, проспект, календарь һ.б.) реклам эшчәнлегенә ягыннан күзәтү: оештыру үзенчәлекләре, тел-стиль, иллюстрация, үзенчәлекләре, һәр басмага хас аерымлыктар; шундый ук күзәтүне
8. Радиода реклам (Татарстан радиостанцияләренә һәм аннан читтә эшләүче ("Азатлык", "Төркия авазы", "Шәрыкъ" һ.б.) радиостанцияләренә эшчәнлегенә күзәтү. Жирле радиоларда рекламны оештыру, текст әзерләү үзенчәлекләре.
9. Телевидениедә реклам. Язма, әйтмә, күрсәтмә сөйләм элементларын бердәйлекле (синтезлап) файдалану алымнары һәм тәҗрибәсе. Кино сәнгатендә һәм Интернетта реклам.
10. Альбом, проспект, буклет тибындагы басмаларда реклам эшчәнлегенә үзенчәлекле. 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 үзенчәлекле. Кыскалыкка ирешү алымнары.
14. Рекламда җәлеп итү алымнары һәм чаралары. Хис белдерү мөмкинлекләре.
15. Текстта тел-стиль чаралары белән экстралингвистик, иллюстратив чараларның бердәйлегенә, гармониясенә ирешү юллары.
16. Күренекле тәрҗемәчеләренә реклам текстын тәрҗемәләү тәҗрибәсе. Икетеллек һәм реклам.
17. Реклам текстының төзелеше. Аңа баш исем кирәкме? Яңа технологияләр текстны бизәүдә ничек ярдәм итә?
18. Реклам тексты сюжетлы буламы? Рекламда күчерелмә мәгънәлелек.
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 һәм тискәре бәя. Намуссыз реклам, дөреслеккә туры килмәгән реклам, әдәпсез реклам, ялган реклам, яшерен реклам, контрреклам төшенчәләре.
22. Политик һәм социаль реклам төрләре, аларның үзенчәлекләре.

### 7.1. Основная литература:

Интернет-реклама в коммуникационном пространстве российского общества, Гордеев, Андрей Игоревич, 2013г.

Реклама и журналистика: культурная эволюция, Бойцов, Михаил Анатольевич;Бородина, Валентина Юрьевна;Гринберг, Татьяна Эдуардовна;Шомова, Светлана Андреевна, 2009г.

Реклама в коммуникационном процессе, Ильин, А. С., 2009г.

1. Григорьева Т.Е. Реклама бүген: уңай күренешме, тискәреме? / Т.Е. Григорьева // Татарская культура в контексте европейской цивилизации = Европа цивилизациясенә мөнәсәбәттә татар мәдәнияте: материалы международной научной конференции. [Казань, 3-4 ноября 2009 г.] / [науч. ред. проф. Гилязов И. А.]-24-25б..[Казань, 2010]- библиография.

2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие. Учебное пособие. М.: Изд.-торговая корпорация "Дашков и К". 2012. 488 с. URL:<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7805>

3. Иванова А. Бесплатная реклама: результат без бюджета. М.: Альпина Паблишер, 2011. 181 с. URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9473>

4. Алашкин П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 220 с. URL: [http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9502&search\\_query=реклама](http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9502&search_query=реклама)

## 7.2. Дополнительная литература:

Реклама в русской периодике рубежа XIX-XX вв. как пространство формирования массовой культуры, Сухотерин, Дмитрий Янкович, 2012г.

Аудиореклама в коммуникативном пространстве массовой культуры, Соболева, Мария Владимировна, 2012г.

Колоративная лексика и ее функционирование в рекламах интерьера, Насибуллина, Файруза Фаиловна, 2010г.

Реклама как объект информационных правоотношений, Минбалеев, Алексей Владимирович, 2009г.

1. Григорьева Т.Е. Реклама бүген: уңай күренешме, тискәреме? / Т.Е. Григорьева // Татарская культура в контексте европейской цивилизации = Европа цивилизациясенә мөнәсәбәттә татар мәдәнияте: материалы международной научной конференции. [Казань, 3-4 ноября 2009 г.] / [науч. ред. проф. Гилязов И. А.]-24-25б..[Казань, 2010]- библиография.

2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд. М.: Аспект Пресс, 2012. 161 с. URL:

[http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6040&ln=ru&search\\_query=реклама](http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6040&ln=ru&search_query=реклама)

3. Антипов К.В. Основы рекламы : учебник. М.: Дашков и К, 2012. 327 с. URL: [http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7792&search\\_query=реклама](http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7792&search_query=реклама)

4. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник. М.: Дашков и К, 2012. 540 с. URL: [http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=3636&search\\_query=реклама](http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=3636&search_query=реклама) .

## 7.3. Интернет-ресурсы:

InfoReklama.Ru. - <http://www.inforeklama.ru>

Реклама и Маркетинг - <http://rekadvest.ru/>

Рекламная коммуникация - <http://bsuirad.appspot.com/2/>

Связи с общественностью как вид коммуникации -

[http://kurs.ido.tpu.ru/courses/theory\\_comm\\_basics/tema7.html](http://kurs.ido.tpu.ru/courses/theory_comm_basics/tema7.html)

Социальная реклама: Информационно-аналитический портал - <http://www.socreklama.ru/>

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

есть разработанный материал в форме презентаций

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.68 "Журналистика" и магистерской программе Татарская общественно-политическая журналистика .

Автор(ы):

Сабирова Л.Р. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.