

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт филологии и межкультурной коммуникации  
Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая



*подписано электронно-цифровой подписью*

## Программа дисциплины

Введение в специальность

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

## 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)
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): доцент, к.н. Ахметшина Г.Р. (Кафедра татаристики и культуроведения, Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая), Gulnaz.Hasanzyanova@kpfu.ru

### 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
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- понятие рекламы как многопланового явления;
- место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, ее отличительные особенности;
- основы будущей профессиональной деятельности, основные функции и задачи специалиста по рекламе;
- профессиональные качества специалиста по рекламе;
- специфику рекламных профессий.

Должен уметь:

- осуществлять выбор средств рекламы;
- создавать привлекательный рекламный образ или имидж рекламируемого объекта;
- анализировать рекламу торгового предприятия с точки зрения ее эффективности;
- налаживать контакты с партнерами по бизнесу и средствами массовой информации;
- прогнозировать результаты рекламной кампании и рекламной деятельности в целом.

Должен владеть:

- навыками разработки и создания рекламы;
- методами организации контроля за ходом рекламной деятельности;
- навыками обеспечения рационального использования финансовых средств на рекламу;
- методами оценки эффективности рекламной деятельности торговой компании.

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.10.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Бренд-коммуникации и дизайн рекламы)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 1 курсе в 1 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 - 49 часа(ов), в том числе лекции - 24 часа(ов), практические занятия - 24 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 1 часа(ов).

Самостоятельная работа - 23 часа(ов).

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 1 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	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тель-ная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабораторные работы, всего	Лабораторные в эл. форме	
1.	Тема 1. Реклама как многоплановое и многовекторное явление. Понятие "Рекламные услуги"	1	2	0	2	0	0	0	2
2.	Тема 2. Правовое регулирование рекламной деятельности: нормативно правовой аспект.	1	2	0	2	0	0	0	2
3.	Тема 3. Особенности рекламной деятельности в торговле.	1	2	0	2	0	0	0	2
4.	Тема 4. Основы формирования элементов рекламного процесса.	1	2	0	2	0	0	0	3
5.	Тема 5. Рекламные стратегии.	1	2	0	2	0	0	0	2
6.	Тема 6. Выбор средств рекламы.	1	4	0	4	0	0	0	3
7.	Тема 7. Медиапланирование.	1	2	0	2	0	0	0	2
8.	Тема 8. Язык рекламы.	1	2	0	2	0	0	0	2
9.	Тема 9. Реклама как форма коммуникации: рекламная кампания и эффекты рекламной коммуникации.	1	4	0	4	0	0	0	3
10.	Тема 10. Профессиональные качества специалиста по рекламе.	1	2	0	2	0	0	0	2
	Итого		24	0	24	0	0	0	23

**4.2 Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Реклама как многоплановое и многовекторное явление. Понятие "Рекламные услуги"**

Реклама как многоплановое и многовекторное явление. Различные определения понятия "Реклама" и "Рекламные услуги". Исторические вехи в рекламе. Назначение рекламы. Цель рекламы. Структура рекламы. Виды рекламы. Категории рекламы. Концепция рекламы. Рекламодатели. Посредники. Потребители. Понятие, сущность и задачи рекламы.

**Тема 2. Правовое регулирование рекламной деятельности: нормативно правовой аспект.**

Правовое регулирование рекламной деятельности: нормативно правовой аспект. Государственное регулирование рекламы в России. Саморегулирование в рекламе. Основные положения Федерального закона "О рекламе". Государственное регулирование рекламы за рубежом. Организационная структура и органы правления Финансовым университетом

**Тема 3. Особенности рекламной деятельности в торговле.**

Особенности рекламной деятельности в торговле. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Выставки. Реклама в местах продаж. Рекламные сувениры. Стимулирование сбыта. Прямой маркетинг. Реклама - это инструмент рынка. По существу, она представляет возможность продавать потенциальному потребителю сообщения об изделии, услуге, начинании. При чем так, чтобы предпочесть это изделие, эту услугу всем другим. В основе рекламы - информация и убеждение.

**Тема 4. Основы формирования элементов рекламного процесса.**

Основы формирования элементов рекламного процесса. Основные участники рекламного процесса. Организационные функции компании, управляющей рекламной деятельностью. Этапы организации рекламной работы. Рекламный план. Специфика рекламы в прессе. Сельский рынок. Основные участники рекламного процесса. (Рекламодатели. Рекламные посредники. Средства распространения рекламы. Потребители рекламы. )

**Тема 5. Рекламные стратегии.**

Понятия рекламной стратегии и рекламной идеи. Стратегии рационалистического и проекционного типа: достоинства и недостатки. Виды стратегий рационалистического типа. Виды стратегий проекционного типа. Истинные и ложные уникальные торговые предложения. Типы рекламных стратегий. Стратегии рационалистического типа.

### **Тема 6. Выбор средств рекламы.**

Выбор средств рекламы. Классификация средств рекламы. Факторы, оказывающие влияние на выбор средств рекламы. Преимущества и недостатки основных средств рекламы. Выбор средств рекламы. Классификация средств рекламы. Факторы, оказывающие влияние на выбор средств рекламы. Преимущества и недостатки основных средств рекламы.

### **Тема 7. Медиапланирование.**

Медиапланирование. Общие понятия медиапланирования. Основные показатели медиаплана. Этапы медиапланирования. Мерчендайзинг. Медиапланирование. Общие понятия медиапланирования. Основные показатели медиаплана. Этапы медиапланирования. Мерчендайзинг. Медиапланирование. Общие понятия медиапланирования. Основные показатели медиаплана. Этапы медиапланирования. Мерчендайзинг.

### **Тема 8. Язык рекламы.**

Язык рекламы. Алгоритм рекламного текста. Структура и функции рекламного текста. Основные элементы удержания внимания целевой аудитории. Выразительные средства речи в рекламе. Язык рекламы. Алгоритм рекламного текста. Структура и функции рекламного текста. Основные элементы удержания внимания целевой аудитории. Выразительные средства речи в рекламе. Язык рекламы. Алгоритм рекламного текста. Структура и функции рекламного текста. Основные элементы удержания внимания целевой аудитории. Выразительные средства речи в рекламе.

### **Тема 9. Реклама как форма коммуникации: рекламная кампания и эффекты рекламной коммуникации.**

Эффективность рекламной коммуникации. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения. Оценка экономической эффективности вложений в рекламу и маркетинговые коммуникации. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы. Виды эффективности рекламы. (Экономическая. Коммуникативная.)

### **Тема 10. Профессиональные качества специалиста по рекламе.**

Виды профессионально-функциональной деятельности специалиста по рекламе. Рекламные профессии. Специфика деятельности специалиста по рекламе. Профессиональные качества специалиста по рекламе. Российская реклама в лицах. Зарубежная реклама в лицах. Специалисты в сфере рекламы: необходимые требования к профессиональным и личностным качествам

## **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 науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/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)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);

- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

### 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)

Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учеб.пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. М. :ИНФРА-М, 2017. 229 с. - <http://znanium.com/catalog/product/782841>

Журнал индустрия рекламы - <http://www.ir-magazine.ru/>

Журнал практика рекламы - <http://www.prosmi.ru/magazin/practic/>

Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, 2016. - 336 с. - <http://znanium.com/catalog/product/414955>

Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник / Шарков Ф.И., Сил-кин В.В. - М.:Дашков и К, 2017. - 160 с. - <http://znanium.com/catalog/product/937258>

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Освоение дисциплины предполагает использование как традиционных (лекции, практические занятия), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программ, мультимедийных программ, включающих подготовку и выступление. Студент должен уметь вести краткие записи лекций, составлять конспекты, планы и тезисы выступлений, подбирать литературу и т.д. Работа над конспектом лекции: лекции - основной источник информации по многим предметам, позволяющий не только изучить материал, но и получить представление о наличии других источников, сопоставить разные взгляды на основные проблемы данного курса.
практические занятия	Ведущей дидактической целью практических занятий является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умений работать с дополнительными источниками информации. Подготовка к практическому занятию: производится, как правило, с использованием методических пособий, состоит в теоретической подготовке (особенно для семинаров) и выполнении практических заданий (решение задач, ответы на вопросы и т.д.).



Вид работ	Методические рекомендации
самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов; углубления и расширения теоретических знаний; развития познавательных способностей и активности студентов, самостоятельности, ответственности и организованности; формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.</p> <p>Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.</p> <p>Используются следующие виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <p>для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), работа со словарями и справочниками, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета; для закрепления и систематизации знаний: повторная работа над учебным материалом (учебника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей), ответы на контрольные вопросы, для формирования умений: выполнение практических заданий.</p>
экзамен	<p>Экзамен, проводимый в конце семестра по дисциплине, преследует цель оценить работу студента по изучению дисциплины за семестр, полученные им теоретические знания, уровень развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их при решении практических задач. Своевременная и качественная подготовка к экзамену базируется на соблюдении рекомендаций преподавателя и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками (в том числе из сети интернета), не представленными в списке рекомендованной литературы. Кроме того, студент при подготовке к экзамену может руководствоваться видео- презентациями, мастер-классами, иллюстративным и методическим материалом, найденным самостоятельно. При подготовке к экзамену студент при необходимости может обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.</p>

**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 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Бренд-коммуникации и дизайн рекламы".



### Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

#### Основная литература:

1. Климова, О. В. Современное издательское дело: опыт редактора : учебное пособие / О. В. Климова. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. - 132 с. - ISBN 978-5-9765-4630-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1863950> (дата обращения: 09.09.2022). - Режим доступа: по подписке.
2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : пособие / П. А. Кузнецов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 131 с. - ISBN 978-5-394-04258-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232028> (дата обращения: 09.09.2022). - Режим доступа: по подписке.
3. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие / О.Г. Кузьмина. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. - 176 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI: <https://doi.org/10.12737/21301>. - ISBN 978-5-369-01614-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856552> (дата обращения: 09.09.2022). - Режим доступа: по подписке.

#### Дополнительная литература:

- История отечественного и зарубежного телевидения [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Н. А. Голядкин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 190 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706079.html>
- Телерадиоэфир: История и современность [Электронный ресурс] / Под ред. Я.Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 239 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5756703691.html>
- Интервью: Методика обучения. Практические советы [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Н. В. Кодола. - 2-е изд., испр., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 174 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706055.html>
- Телевизионная журналистика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 'Журналистика' / Цвик В.Л., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с.: 60x90 1/16. - (Медиаобразование) ISBN 978-5-238-01530-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883121>
- Оператор: Пространство. Кадр [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / С. Е. Медынский. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 111 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706130.html>
- Технология интервью [Электронный ресурс] / Лукина М. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 192 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5756703713.html>

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

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

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.