

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

Основы перевода рекламных текстов

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

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. (доцент) Шайхутдинова А.Р. (Кафедра татаристики и культуроведения, Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая),
AyRShaykhutdinova@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-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- лингвостилистическую специфику рекламных и PR-текстов;
- основные положения теории перевода;
- основные правила осуществления устного и письменного переводов рекламных текстов;
- сущность и содержание основных понятий в рекламе, PR, устойчивых словосочетаний, категорий на английском языке.

Должен уметь:

- осуществлять коммуникацию в профессиональной сфере на иностранном языке;
- осуществлять перевод рекламных и PR-текстов с и на иностранный язык с соблюдением норм лексической эквивалентности, соблюдением грамматических, синтаксических и стилистических норм;
- оценить правильность и качество перевода;
- учитывать особенности перевода подобных текстов в процессе перевода текстов с одного языка на другой а также в ходе овладения устной и письменной речью;
- пользоваться справочными изданиями; давать необходимый комментарий; сопоставлять словарные статьи из разных источников с обоснованием своего выбора.

Должен владеть:

- специализированной лексикой и терминологией в сфере рекламы и PR;
- навыками письменного перевода;
- навыками устного последовательного перевода;
- базовыми знаниями переводческой записи;
- базовыми знаниями о технических средствах переводческой деятельности;
- базовыми навыками предпереводческого анализа текста;
- методикой подготовки к выполнению перевода, включая поиск информации в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.12.05 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 4, 5 курсах в 8, 9 семестрах.

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 - 23 часа(ов), в том числе лекции - 2 часа(ов), практические занятия - 20 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 1 часа(ов).

Самостоятельная работа - 81 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 4 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: отсутствует в 8 семестре; зачет в 9 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-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Понятие рекламного и PR-текста и языка ре-кламы.	8	2	0	2	0	0	0	24
2.	Тема 2. Классификация рекламных текстов и анализ групп рекламного текста с точки зрения перевода.	8	0	0	2	0	0	0	20
3.	Тема 3. Лексические особенности перевода рекламных текстов.	8	0	0	2	0	0	0	20
4.	Тема 4. Стилистические особенности перевода рекламных текстов.	9	0	0	1	0	0	0	2
5.	Тема 5. Культурный аспект перевода рекламных текстов.	9	0	0	2	0	0	0	2
6.	Тема 6. Особенности перевода информативной и эмоциональной рекламы.	9	0	0	2	0	0	0	2
7.	Тема 7. Особенности перевода рекламы в прессе.	9	0	0	2	0	0	0	2
8.	Тема 8. Особенности перевода рекламы на радио.	9	0	0	2	0	0	0	2
9.	Тема 9. Особенности перевода рекламы в сети Internet.	9	0	0	2	0	0	0	2
10.	Тема 10. Особенности перевода рекламных видеороликов.	9	0	0	1	0	0	0	2
11.	Тема 11. POS-материалы, их основные разновидности и особенности перевода.	9	0	0	1	0	0	0	2
12.	Тема 12. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.	9	0	0	1	0	0	0	1
	Итого		2	0	20	0	0	0	81

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятие рекламного и PR-текста и языка ре-кламы.

История развития рекламной деятельности и PR. Виды рекламы. Лингвостилистическая специфика рекламных и PR-текстов. Сущность и содержание основных понятий в рекламе. Понятие рекламного текста. Понятие PR-текста. Цели рекламного и PR-текста. Задачи рекламного и PR-текста. Структура рекламного и PR-текста. Особенности рекламного текста и PR-текста.

Тема 2. Классификация рекламных текстов и анализ групп рекламного текста с точки зрения перевода.

Информативная реклама. Напоминающая реклама. Разъяснительная реклама. Престижная реклама. Увещательная реклама. Виды рекламы в зависимости от задействованных органов чувств: вербально-коммуникативный тип, вербально-визуальный тип, аудио-вербальный коммуникативный тип, мультимедийный коммуникативный тип.

Тема 3. Лексические особенности перевода рекламных текстов.

Необходимость владения знаниями о лексических особенностях перевода рекламных текстов. Лексические особенности перевода рекламных текстов. Глагольные сочетания в переводе. Перевод атрибутивных словосочетаний. Перевод сравнений. Роль местоимений в рекламном тексте. Трудности лексического перевода рекламных текстов.

Тема 4. Стилистические особенности перевода рекламных текстов.

Стилистические особенности перевода рекламных текстов. Роль стилистической окраски в рекламе. Анализ рекламных текстов на предмет использования стилистического приема: аллегория, метафора, сравнение, параллелизм, различные виды повторов. Использование "ошибок" в рекламном тексте. Попытка афоризма. Возможность аналогичных приемов при переводе такой рекламы.

Тема 5. Культурный аспект перевода рекламных текстов.

Культурный аспект перевода рекламных текстов.

Культурно-специфические элементы рекламных текстов.

Способы передачи культурно маркированных элементов в переводе.

Особенности перевода рекламных и PR текстов с одного языка на другой.

Особенности перевода рекламных и PR текстов в ходе овладения устной речью.

Особенности перевода рекламных и PR текстов в ходе овладения письменной речью.

Тема 6. Особенности перевода информативной и эмоциональной рекламы.

Отличие рекламы на радио от рекламы в прессе. Отличие рекламы на радио от рекламы в сети Internet. Отличие рекламы на радио от печатной рекламы. Трудности перевода рекламы на радио. Особенности перевода информативной и эмоциональной рекламы. Понятие информативной рекламы. Понятие эмоциональной рекламы. Особенности структуры и языкового наполнения информативной и эмоциональной рекламы. Особенности воздействия информативной и эмоциональной рекламы на адресата. Специфика перевода информативной рекламы. Специфика перевода эмоциональной рекламы.

Тема 7. Особенности перевода рекламы в прессе.

Особенности перевода рекламы в прессе.

Особенности структуры и формы рекламы в прессе. Рекламные объявления в газетах. Реклама в гляцевых журналах.

Особенности и трудности перевода рекламы для различных целевых аудиторий (реклама для женщин, реклама для мужчин, реклама для молодежи, реклама для детей и т.д.).

Тема 8. Особенности перевода рекламы на радио.

Необходимость владения знаниями об особенностях структуры рекламы в радиоэфире.

Особенности формы рекламы в радиоэфире.

Рекламные объявления на радио.

Трудности перевода рекламы на радио.

Отличие перевода рекламы на радио от рекламы в прессе.

Отличие перевода рекламы на радио от рекламы в сети Internet.

Тема 9. Особенности перевода рекламы в сети Internet.

Особенности перевода рекламы в сети Internet. Особенности структуры и формы рекламы в сети Internet. Отличие рекламы в сети Internet от рекламы в прессе. Отличие рекламы в сети Internet от рекламы в видеороликах. Отличие рекламы в сети Internet от рекламы на радио. Трудности перевода рекламы в сети Internet.

Тема 10. Особенности перевода рекламных видеороликов.

Особенности структуры видеоролика.

Необходимость владения знаниями об особенностях перевода рекламных текстов. Особенности формы видеоролика.

Отличие перевода рекламных текстов от рекламы в прессе.

Отличие перевода рекламных текстов от рекламы на радио.

Перевод англоязычных видеороликов.

Трудности перевода видеороликов

Тема 11. POS-материалы, их основные разновидности и особенности перевода.

POS-материалы и их основные разновидности и особенности перевода. Необходимость владения знаниями об особенностях перевода POS-материалов.

Основные разновидности POS-материалов.

- Отличие от рекламы в прессе.
- Отличие от рекламы на радио.
- Особенности перевода POS-материалов.
- Трудности перевода POS-материалов.

Тема 12. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.

- Стандартный прием перевода рекламного текста в разных видах рекламных макетов.
- Эдиториальный прием перевода рекламного текста в разных видах рекламных макетов. Приемы перевода постер-макета.
- Приемы перевода макета "иллюстрация-подпись".
- Приемы перевода макета "группа иллюстраций".
- Приемы перевода ко-микс-макета и комбинированных макетов.

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 планируемому результату 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)

ABBY Online - онлайн-сервисы ABBYY - <http://lingvopro.abbyyonline.com/ru>

Онлайн переводчик - <http://www.multitran.r>

Онлайн переводчик - <http://google.translate.ru>

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	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.).
самостоятельная работа	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 само-развитию, самосовершенствованию и самореализации. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Используются следующие виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы: 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.
зачет	Экзамен, проводимый в конце семестра по дисциплине, преследуют 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.

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".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.12.05 Основы перевода рекламных текстов*

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: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Основная литература:

1. Галиева Т. Р. и др. Иностранный язык. Английский: учебное пособие - Санкт-Петербург: СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2018 - 78 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/180372>
2. Чигирин Е. А. и др. Основы перевода, аннотирования и реферирования научно-технического текста - Воронеж: ВГУИТ, 2019 - 154 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/143274>
3. Основы письменного перевода общественно-политических текстов : практикум - Сама-ра: СГСПУ, 2020 - 96 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/158823>
4. Володина М.Н. Язык средств массовой информации: учебное пособие - Москва: Ака-демический Проект, 2020 - 760 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126735.html>

Дополнительная литература:

1. Абрамов В. Е. и др. Теория и практика перевода - Самара: ПГУТИ, 2018 - 174 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/182392>
2. Рахуба Л. Ф. Письменный перевод: лексико-грамматические и стилистические аспекты: учебно-методическое пособие - Омск: СибАДИ, 2021 - 123 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/221336>
3. Веденёва Ю. В. и др. English for PR-students. Part I, Ч. 1 English for PR-students - Самара: СамГУ, 2020 - 144 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/188896>

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.12.05 Основы перевода рекламных текстов

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: заочное

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.