



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
(РУДН)**

Институт иностранных языков

Утверждено
ученым советом
института иностранных языков

Протокол № 2001-12/11 от «26» апреля 2022 г.
Председатель
ученого совета ИИЯ

Н.Л. Соколова



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКЛАМА

**Рекомендуется для направления подготовки
45.04.02 «ЛИНГВИСТИКА»
по профилю
«ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PR)»**

Квалификация выпускника - магистр

Москва
2022

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	3
1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2. ПРЕДШЕСТВУЮЩИЕ И ПОСЛЕДУЮЩИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	5
3.ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	6
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ.....	6
5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
5.1. Содержание разделов дисциплины.....	7
5.2. Разделы дисциплины и виды занятий.....	9
6. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ.....	10
7. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ).....	10
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
9. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
10.1 Основная литератур.....	13
10.2 Дополнительная литература.....	13
10.3 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети Интернет, необходимые для освоения учебной дисциплины	13
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	13
12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	16
Лист регистрации изменений	17

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В Образовательном стандарте высшего образования РУДН (ОС ВО РУДН, приказ Ректора № 371 от 21.05.2021), утвержденного Ученым советом РУДН, протокол № 10 от 17.05.2021г., в который вошли все без исключения по совокупности в полном объеме требования федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки **45.04.02 «Лингвистика», профиль «Теория коммуникации и международные связи с общественностью (PR)» (уровень магистратуры)**, главный акцент сделан на **компетентностный подход**.

Компетентностный подход является основой современного высшего образования. Способность выпускника высшей школы применять полученные в процессе обучения знания умения, навыки, опыт и личностные качества для успешной деятельности в избранной им определенной профессиональной области называется **компетенцией**.

За указанный программой период обучения студент должен овладеть полным набором **общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций**, определенных соответствующим стандартом высшего профессионального образования. Овладение компетенциями происходит в рамках дисциплин учебного плана в несколько этапов (**этапы формирования компетенций**).

Одна компетенция может формироваться в процессе изучения одной или нескольких дисциплин, параллельно или последовательно.

Основными индикаторами **формирования компетенции** являются следующие:

1. Индикатор формирования представления о предмете / деятельности.
2. Индикатор формирования способности применять полученную информацию / сведения.
3. Индикатор формирования навыков и опыта.

Индикаторы формирования компетенций коррелируют с результатами обучения в рамках составляющих

- иметь представление,
- проявлять способность,
- обладать навыками / опытом.

Этапы формирования компетенций непосредственно связаны с ресурсами формирования компетенций. Основные ресурсы формирования компетенций отражены в учебно-методических комплексах дисциплин (ТУИС), посредством освоения которых формируется та или иная компетенция/те или иные компетенции.

Ресурсным базисом формирования компетенций являются:

- содержание дисциплины и
- образовательные технологии.

Поэтому особое внимание уделяется содержанию отдельных тем и разделов дисциплины, посвященных формированию конкретных компетенций. Образовательные технологии непосредственно подчинены целям и задачам конкретного этапа формирования компетенции. Это **определенные виды аудиторных учебных действий и самостоятельной работы**, это и **виды промежуточных аттестаций**, и **методические материалы**, которые определяют процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности обучающихся в связи с этапами формирования компетенций.

Степень сформированности отдельных компетенций оценивается во время промежуточных аттестационных мероприятий с учетом принятой в РУДН балльно-рейтинговой системой.

В процессе итоговых государственных аттестационных мероприятий контролируется уровень сформированности абсолютно всех компетенций, предусмотренных стандартом: общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных.

С **организационно-методической точки зрения** курс «Реклама» построен на принципах логической последовательности изложения материала, системности, практико-ориентированности и апелляции к практическому опыту обучающихся.

Основой изучения курса являются знания, полученные обучающимися при изучении лингвистических и коммуникационных дисциплин, в частности «Менеджмент», «Связи с общественностью», «Маркетинг и интегрированные коммуникации».

Новационными элементами и одновременно методологической основой курса является смещение акцентов на **интерактивную, самостоятельную и практико-ориентированную работу** обучающихся.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым для ее изучения: владение системой лингвистических знаний, в том числе родного и изучаемого иностранного языка, владение основными дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания в текущем коммуникативном контексте; владение основными способами выражения коммуникативных намерений, умениями понимать и моделировать коммуникативную ситуацию, умениями моделировать маркетинговую ситуацию и генерировать тексты маркетингового дискурса.

Общая трудоемкость курса – 72 часа, из них: лекции – 17 часов, практические занятия – 17 часов, самостоятельная работа студентов – 38 часов.

Оценка качества освоения ОП ВО по конкретным дисциплинам/модулям включает **текущий контроль успеваемости** по материалу проходимой темы, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую государственную аттестацию выпускников.

Оценка качества освоения данной дисциплины/модуля включает **текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся**.

Текущий контроль проводится в течение всего периода изучения дисциплины/модуля.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся предусмотрены фонды оценочных средств, позволяющие оценить достижение запланированных в образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая цель курса «Реклама» - овладение базовыми знаниями по основам рекламы, усвоение знаний правовых и этических основ рекламной деятельности, формирование навыков и умений применения технологий рекламы при решении конкретных коммуникационных задач.

Практическая цель обучения заключается в том, чтобы научить студентов умению генерировать основные современные форматы рекламных (продвигающих) текстов.

Образовательная цель заключается в формировании у студентов необходимого представления о рекламе и ее технологиях.

Воспитательная цель состоит в развитии представлений о правовых и этических аспектах современной рекламы и экспертизе рекламных (продвигающих) текстов с данной точки зрения.

Достижение данной цели предполагает решение следующих задач:

- помочь студентам овладеть понятийным аппаратом современной теории и практики рекламы;
- сформировать у студентов систему профессиональных знаний, включающую знания об основных форматах современных рекламных (продвигающих) текстов;
- научить студентов применять знания о правовых и этических аспектах рекламного текста в контексте его современной экспертизы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Реклама» относится к Вариативной компоненте Блока 1 учебного плана (Б1.О.02.04) по направлению подготовки 45.04.02 «Лингвистика», профиль «Теория коммуникации и международные связи с общественностью (PR)».

В таблице 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенций	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины, практики
Общепрофессиональные компетенции			
1.	Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр. (ОПК-8)	Мультимедийные технологии	Консультационная практика; Выпускная квалификационная работа магистра
2.	Профессиональные	компетенции	
	Способен разрабатывать современные методики сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения (ПК-2)	Научно-исследовательская работа; Мультимедийные технологии	Научно-исследовательская работа; Выпускная квалификационная работа магистра.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся ОПК-8 и ПК-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой «Теория коммуникации и международные связи с общественностью (PR)» по направлению подготовки 45.04.02 «Лингвистика» (уровень магистратуры).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-8 Способен использовать цифровые технологии и методы профессиональной деятельности для изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.	иметь представление об основных цифровых технологиях и методах профессиональной деятельности для анализа данных, представления информации, моделирования объектов профессиональной деятельности
	проявлять способность понимания выбора необходимых цифровых технологий и методов профессиональной деятельности для анализа данных, представления информации, моделирования объектов профессиональной деятельности
	обладать навыками использования цифровых технологий и методов профессиональной деятельности для анализа данных, представления информации, моделирования объектов профессиональной деятельности
Профессиональные компетенции	
ПК-2 Способен разрабатывать современные методики сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения	иметь представление о современных методиках сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения
	проявлять способность к разработке современных методик сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения
	обладать навыками разработки современных методик сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

№	Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
			2

1.	Аудиторные занятия (всего)	34	34
	В том числе:		
1.1.	Лекции	17	17
1.2.	Прочие занятия	17	17
	В том числе:		
1.2.2.	Практические занятия (ПЗ)	17	17
1.2.2.	Семинары (С)	-	-
1.2.3.	Лабораторные работы (ЛР)	-	-
2.	Самостоятельная работа (всего)	38	38
	В том числе:		
2.1.	Подготовка разноуровневых домашних заданий	29	29
2.2.	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	9	9
	Другие виды самостоятельной работы	-	-
	Общая трудоемкость (ак. часов)	72	72
	Общая трудоемкость (зач. ед.)	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Основы современной рекламы	<p style="text-align: center;">Тема 1. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Маркетинг как принцип хозяйственной деятельности. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Формирование рынка рекламы. Маркетинговые коммуникации как системный комплекс и место рекламы в нём. Сбор и анализ маркетинговой информации. Традиционная реклама и ВТЛ в интегрированном маркетинговом комплексе.</p> <p style="text-align: center;">Тема 2. Рекламный процесс и рекламный рынок: понятие, структура и содержание</p> <p>Понятие рекламного процесса. Субъекты, объекты и участники</p>

рекламного процесса. Цели и средства рекламного процесса. Динамика рекламного процесса. Предваряющие этапы стратегического и тактического планирования исследования целевой аудитории потребителей, потребительских свойств рекламируемого продукта, анализ потребительского рынка как начальная стадия процесса рекламирующей деятельности. Этап стратегического планирования и этап тактических действий. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.

Рекламные агентства и их функции. Документация отношений с Заказчиком.

Тема 3. Средства распространения и размещения рекламы

Рекламные обращения и каналы их распространения на рынке рекламы. Прямая реклама. Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Выставки и ярмарки. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама (direct-mail). Наружная реклама (на улицах). Интернет-реклама. Понятие о товарных знаках, требования, предъявляемые к ним, их использование.

Тема 4. Оценка эффективности рекламы

Психологическая эффективность применения средств рекламы. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Исследования эффекта и эффективности рекламной коммуникации. Сопоставление целей рекламодателя и результата. Понятие «дерева целей» в рекламной деятельности. Определение эффективности в зависимости от стадии воздействия рекламного сообщения на индивида. Оценка эффективности рекламной кампании. Анализ коммуникативной эффективности. Анализ финансовой эффективности.

Тема 5

Правовые и этические аспекты современной практики и технологий связей с общественностью и рекламы

Регулирование и саморегулирование интегрированных коммуникаций. Конституционные основы

		<p>регулирования информационной сферы. Информация с ограниченным доступом. Основные источники информационного права в России и за рубежом. Понятие саморегулирования. Особенности функционирования отделов рекламы и отделов по связям с общественностью в контексте правового поля. Проблемы правоприменения и этический кризис в трансформирующемся обществе.</p> <p>Экспертиза рекламы и экспертиза товарных знаков.</p>
2	<p>Рекламный (продвигающий/продающий) текст как одна из основных технологий современной рекламы</p>	<p>Тема 1. Понятия маркетинговой лингвистики, маркетингового и потребительского дискурсов, продающего и продвигающего текстов. Оценка эффективности.</p> <p>Понятие продающего текста в бизнесе. Подходы Д. Кота, М. Ильяхова, Д. Каплунова и др. Маркетинговые приемы. Форматы. Оценка эффективности.</p> <p>Тема 2. Рекламный текст. Лингвистические и маркетинговые аспекты.</p> <p>Структура РТ по Хр. Кафтанджиеву и по Л.Г. Фещенко. Целевая аудитория и ее выражение в РТ. ТК. Позиционирование. География.</p> <p>Тема 3. Лингвистические и маркетинговые аспекты малого рекламного копирайта.</p> <p>Соотношение заголовка и нейма. Виды неймов: отобъектный, отсубъектный, коммуникативный. Характеристики эффективного нейма. Нейм в системе корпоративной идентификации организации. Приемы языковой игры в нейме.</p> <p>Виды слогана: коммерческий (товарный), корпоративный, политический (электоральный). Соотношение слогана и заголовка, его место в структуре рекламного текста. Баланс содержания и формы как принципа создания эффективного слогана. Лингвистические модели эффективного политического слогана. Анализ российской практики слоганистики.</p>

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. Зан.	Лаб. Зан.	Семина.	СР С	Всего
1.	Основы современной рекламы	10	7	-	-	19	36
2.	Рекламный (продвигающий/продающий) текст как одна из основных технологий современной рекламы	7	10	-	-	19	36

6. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ

– не предусмотрен

7. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (ауд. час.)
1.	1. Основы современной рекламы	Средства распространения рекламы. Особенности современных каналов коммуникации. Медиаплан для рекламной кампании	2
2.	1. Основы современной рекламы	Оценка эффективности рекламы. Эффективность каналов рекламы. Метрики. Эффективность рекламных сообщений. Методики	2
3.	1. Основы современной рекламы	Правовые аспекты рекламы. Экспертиза рекламного текста с точки зрения «Закона о рекламе» РФ. Экспертиза товарных знаков.	3

4.	2.Рекламный (продвигающий/продающий) текст как одна из основных технологий современной рекламы	Продающий (рекламный) текст с точки зрения современного бизнеса. Структура. Маркетинговые приемы.	2
5.	2.Рекламный (продвигающий/продающий) текст как одна из основных технологий современной рекламы	Продающий (рекламный) текст с точки зрения современного бизнеса. Форматы. Маркетинговые приемы.	2
6.	Рекламный (продвигающий/продающий) текст как одна из основных технологий современной рекламы		2
7.	Рекламный (продвигающий/продающий) текст как одна из основных технологий современной рекламы		2
8.	Рекламный (продвигающий/продающий) текст как одна из основных технологий современной рекламы		2

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование оборудования	Количество
1.	Моноблок ASUS Zen Aio Pro Z340IC	1
2.	Проектор BenQ MW535	1
3.	Аудио система: активная акустическая система Yamaha DBR15	1

9. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Программное обеспечение

Используется только лицензированное, установленное в ИИЯ РУДН. Это пакет программ Microsoft Office и специализированное программное обеспечение.

Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в том числе MS Office/ Office 365, Teams).

б) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Используются только лицензированные, представленные на сайте Информационно-библиотечного центра РУДН.

Электронно-библиотечная система РУДН. Удалённый доступ как на территории Университета, так и вне её по паролю и логину.

ЭБС Университетская библиотека ONLINE. (Доступ по IP-адресам РУДН или удаленно после регистрации из стен РУДН с подтверждением по ссылке на компьютерах

РУДН).

ЭБС Юрайт. (Доступ по IP-адресам РУДН или удаленно после регистрации из стен РУДН с подтверждением по ссылке на компьютерах РУДН).

Таблица по ЭБС (Источник: сайт УНИБЦ (НБ) РУДН)

N п/п	Основные сведения об электронно-библиотечной системе <*>	Краткая характеристика
1.	Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	1. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web 2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» http://www.biblioclub.ru 3. Образовательная платформа Юрайт http://urait.ru 4. ЭБС «Лань» http://e.lanbook.com/ 5. ЭБС «Троицкий мост» http://www.trmost.ru/ 6. ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
2.	Сведения о правообладателе электронно-библиотечной системы и заключенном с ним договоре, включая срок действия заключенного договора	1. РУДН. 2. ООО «НексМедиа» (RU). Договор № 30-7804/375ЕП от 27.08.21 до 26.06.2022 3. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». Договор № 30-7804/407ЕП от 20.10.2020 до 20.05.2021.; № 30-7804/168 ЕП от 21.05.21. до 20.05.22. 4. ООО «Издательство Лань». Договор № 39 БД от 22.12.2020 г. до 19.12.2021 5. ООО «ИТК «Троицкий мост». Договор № 3509/21С БД от 05.10.2021 г. До 04.10.2022 6. ООО «Политехресурс». Договор № 1 от 18.02.21. До 17.02.22
3.	Сведения о наличии зарегистрированной в установленном порядке базы данных материалов электронно-библиотечной системы	№ государственной регистрации 1. № 2011620462 от 22.06.2011 2. № 2010620554 от 27.09.2010 3. № 2013620832 от 15.07.2013 4. № 2011620038 от 11.01.2011 5. № 2014660292 от 06.10.2014 6. № 2013621110 от 06.09.2013
4.	Сведения о наличии зарегистрированного в установленном порядке электронного средства массовой информации	1. Эл № ФС 77-46474 от 02.09.2011 2. Эл № ФС 77-42287 от 11.10.2010 3 Эл № ФС77-53549 от 04.04.2013 4. Эл № ФС 77-42547 от 03.11.2010 5. Эл № ФС77-65695 от 13.05.2016 6. Эл № ФС 77-56323 от 02.12.2013

5.	Наличие возможности одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе, в том числе одновременного доступа к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечную систему, не менее чем для 25 процентов обучающихся по каждой из форм получения образования	Доступ учащихся организован по IP-адресам РУДН и по паролям и логинам
----	--	---

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1 Основная литература

1. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511272>

2. Волкова И. И. Копирайтинг в рекламе и PR: упражнения, задания, тесты: учебно-практическое пособие / И.И. Волкова, М.Н. Изосимова, Е.С. Лебедева; под редакцией И.И. Волковой. - Электронные текстовые данные. - Москва: РУДН, 2022. - 92 с. URL: https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=506616&idb=0

3. Шишова Н. В. Теория и практика рекламы: учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 299 с. URL: https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=456113&idb=0

10.2 Дополнительная литература

1. Музыкант В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда): монография / В.Л. Музыкант, Д.С. Скарнев. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 267 с. URL: https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=506911&idb=0

2. Шарков Ф. И. Правовые основы коммуникации в рекламе, связях с общественностью, журналистике: учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - Электронные текстовые данные. - М.: Проспект, 2018, 2017. - 224 с. URL: https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=464441&idb=0

3. Ромат Е. В. Маркетинговые коммуникации: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Е.В. Ромат, Д.В. Сендеров. - СПб.: Питер, 2018, 2020. — 496. с. URL: https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=462921&idb=0

4. Иншакова Н. Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учебное пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. - М.: Аспект Пресс, 2014, 2018. - 256 с. URL: https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=457958&idb=0

10.3 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети

Интернет, необходимые для освоения учебной дисциплины

– не предусмотрен

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Инновационность курса состоит в использовании мультимедийных технологий для организации занятий, что позволяет повысить эффективность обучения и качество подготовки специалистов. В курсе органично сочетаются как актуальные научные подходы к рекламе, так и современный бизнес-подход.

В ходе освоения студентами дисциплины, применяются учебные технологии традиционного, проблемного, программированного, компьютерного и контекстного обучения.

Самостоятельная учебная работа студента

Самостоятельная работа студентов (СРС) является обязательной составляющей образовательного процесса. СРС предусмотрена Федеральным законом об образовании РФ (№ 273-ФЗ от 29.12.2012), образовательными стандартами РФ, учебными программами и планами по всем направлениям и всем дисциплинам.

Самостоятельная работа студентов – это отдельный тип образовательной деятельности обучающегося с использованием определенных источников информации, характерными особенностями которой являются место, время, формы и виды занятий, с обязательным включением их контроля и оценки со стороны обучающего.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью закрепления и углубления полученных знаний, подготовки к предстоящим учебным занятиям, а также изучения дополнительных тем и рекомендованной литературы, выполнения контрольных заданий. Данный вид учебных занятий будет способствовать формированию и развитию у студентов самостоятельности, творчества и культуры научной организации учебной работы.

Для рациональной организации самостоятельной работы студенту необходимо изучить рекомендованные литературные источники и методические материалы, указанные в разделе 10 для повторения лекционного материала и получения дополнительных сведений по темам учебной программы дисциплины. Выполнение самостоятельных заданий также требует соответствующей подготовленности студента по результатам самостоятельного изучения рекомендованного материала. При проведении исследовательской работы студенты могут воспользоваться литературой, приведённой в учебной программе, а также Интернет-ресурсами.

При компетентностном подходе к образованию конечной целью СРС является объединение знаний, умений и навыков, приобретенных в вузе, в крепкий фундамент для беспрепятственного начала профессиональной трудовой деятельности с возможностью дальнейшего самостоятельного обучения в течение всей жизни (Lifelong learning), совершенствования имеющихся и приобретения новых навыков и умений на уровне,

позволяющем передавать накопленный опыт другим.

Место СРС

Может проходить как в учебной аудитории, так и за ее пределами. Например: в библиотеке, мультимедийном/компьютерном классе, дома/общежитии, Интернет-кафе и пр.

Время СРС

Определяется из расчета аудиторная/самостоятельная работа – 1:1,4.

Рекомендации по выполнению заданий по пройденным темам (разделам) на семинарских занятиях (сообщение, разноуровневые задачи и задания, дискуссия)

Семинарские занятия проводятся в целях оказания помощи студентам в усвоении наиболее важных и трудных вопросов учебной дисциплины, глубоком осмыслении понимания и закреплении лекционного материала, формировании профессионального понятийного аппарата и логики мышления, выработке навыков работы с научной и учебной литературой.

Подготовку к семинарским занятиям студент должен начинать с изучения рекомендованной литературы и дополнительных материалов. После этого целесообразно подготовить план своего аргументированного сообщения по каждому вопросу, обсуждаемому на семинарском занятии. В ходе семинарского занятия студенты должны принимать активное участие в обсуждении поставленных вопросов, иллюстрируя теоретические положения примерами из рекомендованной научной, учебной литературы, а также из источников, найденных самостоятельно. Ответ студента на вопрос должен быть полным и развернутым, ни в коем случае не зачитываться дословно, подтверждаться адекватными примерами.

При подготовке ответа на семинарском занятии необходимо учитывать следующие критерии (показатели) оценки ответов:

- полнота и конкретность ответа;
- последовательность и логика изложения;
- связь теоретических положений с практикой;
- обоснованность и доказательность излагаемых положений;
- наличие качественных и количественных показателей;
- наличие иллюстраций к ответам в виде исторических фактов, примеров и пр.;
- уровень культуры речи;
- использование наглядных пособий, мультимедийных презентаций и т.п.

При выполнении письменного задания необходимо продемонстрировать самостоятельность выполнения, способность аргументировать положения и выводы, обоснованность, четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения). Ответ должен быть полным и развернутым, содержать четкие формулировки всех определений, касающихся указанного вопроса, подтверждаться фактическими примерами.

Указания и рекомендации по выполнению тестов

Прежде, чем приступить к выполнению теста необходимо: 1) ознакомиться с программой курса; 2) изучить учебный материал по соответствующим темам, используя конспект лекций, методические указания по дисциплине, рекомендуемую литературу, интернет-ресурсы; 3) составить конспект материала, вынесенного на самостоятельное изучение, словарь основных понятий; 4) выполнить рекомендуемые задания для

самостоятельной работы по данному разделу (теме); 5) внимательно прочитать формулировку заданий теста или контрольной работы, обратив внимание на требования оформления.

Рекомендации по подготовке к аттестационным испытаниям

При подготовке к аттестационным испытаниям необходимо учитывать, что ответ студента на вопрос должен быть полным и развернутым, ни в коем случае не зачитываться дословно, содержать четкие формулировки всех определений, касающихся указанного вопроса, подтверждаться фактическими примерами. Такой ответ должен продемонстрировать знание студентом материала лекций, базового учебника и дополнительной литературы. Для самопроверки знаний студент должен воспользоваться контрольными вопросами, чтобы оперативно оценить свою подготовленность по каждой теме и определить готовность к изучению следующей темы, а также для подготовки к аттестационным испытаниям. Для подготовки ответа на 3 вопрос билета студент должен подготовить стилистический анализ фрагмента из произведения англоязычного автора.

12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Реклама» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования, описание дескрипторов индикаторов формирования компетенций, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для определения дескрипторов, характеризующих индикаторы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие дескрипторы, характеризующие индикаторы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик

Доктор филологических наук,
доцент, профессор кафедры
коммуникационных технологий и

связей с общественностью СПбГЭУ



Е.Ю. Кармалова

Руководитель программы
директор ИИЯ РУДН



Н.Л.Соколова

Заведующий кафедрой
теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН



Н.Л.Соколова

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения
1	Разработана в соответствии с требованиями актуализированного Образовательного стандарта высшего профессионального образования РУДН, утвержденного решением ученого совета РУДН (протокол № 10 от 17.05.2021г.), введенного в действие приказом Ректора от 21.05.2021 № 371.	Решение ученого совета РУДН (протокол № 10 от 17.05.2021г.)
2	Утверждена с учетом актуализированного Образовательного стандарта высшего профессионального образования РУДН, утвержденного решением ученого совета РУДН (протокол № 10 от 17.05.2021г.), введенного в действие приказом Ректора от 21.05.2021 № 371.	Протокол заседания Ученого совета ИИЯ РУДН № 2001-12/14 от 25.05.2021г.
3	Актуализирована с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы	Протокол заседания Ученого совета ИИЯ РУДН № 2001-12/11 от 26.04.2022г.