

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1144664	Создание рекламного продукта

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Сервис	Код ОП 1. 43.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Сервис	Код направления и уровня подготовки 1. 43.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Журавлева Надежда Ивановна	кандидат философских наук, доцент	Доцент	культурологии и дизайна
3	Резник Ирина Борисовна	кандидат искусствоведения, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Создание рекламного продукта

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Создание рекламного продукта» направлен на изучение современных технологий и методик создания эффективного рекламного продукта. Модуль развивает знания и навыки, полученные в ходе изучения модуля «Графическое обеспечение рекламного продукта» и «Информационные технологии в художественно-рекламном сервисе». В ходе освоения модуля бакалавр осваивает деятельность по проектированию и созданию эффективного рекламного продукта, основанного на применении инновационных технологий.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Проект по модулю "Создание рекламного продукта"	1
2	Разработка и технология производства рекламного продукта	4
3	Язык рекламы	4
ИТОГО по модулю:		9

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	1. Графическое обеспечение рекламного продукта
Постреквизиты и кореквизиты модуля	1. Информационные технологии в художественно-рекламном сервисе

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Проект по модулю	ОПК-2 - Способен применять методы сбора,	3-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и

<p>"Создание рекламного продукта"</p>	<p>анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p>	<p>интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
	<p>ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p>	<p>З-2 - Современную методологию и технологию управления проектами сервиса в сфере организации мероприятий разного уровня с помощью информационных приложений управления проектами в сервисной деятельности</p> <p>З-5 - Специальные программы и сервисы позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-1 - Самостоятельно подобрать и использовать подходящие информационные технологии ходе планирования и реализации сервисной деятельности, в том числе и проектной деятельности в сервисе</p> <p>У-2 - На основе анализа проблемы и имеющихся данных, подбирать программы и сервисы, позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>П-2 - Владеть практическими навыками, представления и защиты проекта с использованием программ презентаций</p> <p>П-4 - Выполнять планирование и разработку услуги с использованием ресурсов информационных технологий</p> <p>Д-1 - Умение работать в команде, соблюдать баланс интересов команды и личных интересов, эффективно взаимодействовать с членами команды</p>

		Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению
	ПК-13 - Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий	<p>З-1 - Особенности визуального восприятия, средства визуального языка, методы психологического воздействия на потребителя</p> <p>З-2 - Правовые, этические и эстетические аспекты создания рекламных, художественных объектов</p> <p>З-3 - Методы сбора и анализа информации, проведения исследований в процессе проектирования и создания визуального продукта</p> <p>З-4 - Виды продуктов и услуг в сфере дизайна и рекламы, основные этапы разработки рекламного, художественного продукта требования к их формированию и оценке эффективности</p> <p>З-5 - Основные критерии и формулы оценки эффективности рекламных мероприятий, продуктов</p> <p>З-6 - Информационно-программное обеспечение для разработки, создания, продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-1 - Проводить анализ эффективности рекламного, дизайнерского продукта, рекламных мероприятий и кампаний</p> <p>У-2 - Проводить анализ на соответствие психологическим и социокультурным, правовым законам и нормам</p> <p>У-3 - Определять цели, задачи, методы и средства для создания рекламного и дизайнерского продукта</p> <p>У-5 - Находить нестандартные, креативные решения для создаваемых продуктов в соответствии с пожеланиями заказчиков</p> <p>У-6 - Выбирать и применять современное информационно-программное обеспечение для создания, разработки и продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p>

		<p>П-1 - Разрабатывать создавать визуальную коммуникацию в соответствии с законами восприятия и методами воздействия на потребителя, правовыми нормами на основе требований заказчика</p> <p>П-2 - Экспертной оценки дизайнерских и рекламных продуктов</p> <p>П-3 - Применять средства и методы дизайн-технологий для выполнения проектов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>П-4 - Использовать для разработки и создания, продвижения информационно-программное обеспечение</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление.</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
<p>Разработка и технология производства рекламного продукта</p>	<p>ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p>	<p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
	<p>ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p>	<p>З-5 - Специальные программы и сервисы позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-1 - Самостоятельно подобрать и использовать подходящие информационные технологии ходе планирования и</p>

		<p>реализации сервисной деятельности, в том числе и проектной деятельности в сервисе</p> <p>У-2 - На основе анализа проблемы и имеющихся данных, подбирать программы и сервисы, позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-3 - Выбирать и применять различные технологии интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта в сервисной деятельности</p> <p>У-4 - Использовать новейшие методы и средства получения, хранения и обработки информации для решения проблем сервисной деятельности</p> <p>П-4 - Выполнять планирование и разработку услуги с использованием ресурсов информационных технологий</p> <p>Д-1 - Умение работать в команде, соблюдать баланс интересов команды и личных интересов, эффективно взаимодействовать с членами команды</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p>
	<p>ПК-13 - Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>	<p>З-1 - Особенности визуального восприятия, средства визуального языка, методы психологического воздействия на потребителя</p> <p>З-2 - Правовые, этические и эстетические аспекты создания рекламных, художественных объектов</p> <p>З-3 - Методы сбора и анализа информации, проведения исследований в процессе проектирования и создания визуального продукта</p> <p>З-4 - Виды продуктов и услуг в сфере дизайна и рекламы, основные этапы разработки рекламного, художественного продукта требования к их формированию и оценке эффективности</p>

		<p>З-5 - Основные критерии и формулы оценки эффективности рекламных мероприятий, продуктов</p> <p>З-6 - Информационно-программное обеспечение для разработки, создания, продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-1 - Проводить анализ эффективности рекламного, дизайнерского продукта, рекламных мероприятий и кампаний</p> <p>У-2 - Проводить анализ на соответствие психологическим и социокультурным, правовым законам и нормам</p> <p>У-3 - Определять цели, задачи, методы и средства для создания рекламного и дизайнерского продукта</p> <p>У-5 - Находить нестандартные, креативные решения для создаваемых продуктов в соответствии с пожеланиями заказчиков</p> <p>У-6 - Выбирать и применять современное информационно-программное обеспечение для создания, разработки и продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>П-1 - Разрабатывать создавать визуальную коммуникацию в соответствии с законами восприятия и методами воздействия на потребителя, правовыми нормами на основе требований заказчика</p> <p>П-2 - Экспертной оценки дизайнерских и рекламных продуктов</p> <p>П-3 - Применять средства и методы дизайн-технологий для выполнения проектов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление.</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p>
Язык рекламы	ПК-13 - Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный	З-1 - Особенности визуального восприятия, средства визуального языка, методы психологического воздействия на потребителя

	<p>рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>	<p>З-2 - Правовые, этические и эстетические аспекты создания рекламных, художественных объектов</p> <p>З-3 - Методы сбора и анализа информации, проведения исследований в процессе проектирования и создания визуального продукта</p> <p>З-5 - Основные критерии и формулы оценки эффективности рекламных мероприятий, продуктов</p> <p>З-6 - Информационно-программное обеспечение для разработки, создания, продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-1 - Проводить анализ эффективности рекламного, дизайнерского продукта, рекламных мероприятий и кампаний</p> <p>У-2 - Проводить анализ на соответствие психологическим и социокультурным, правовым законам и нормам</p> <p>У-3 - Определять цели, задачи, методы и средства для создания рекламного и дизайнерского продукта</p> <p>У-5 - Находить нестандартные, креативные решения для создаваемых продуктов в соответствии с пожеланиями заказчиков</p> <p>У-6 - Выбирать и применять современное информационно-программное обеспечение для создания, разработки и продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>П-1 - Разрабатывать создавать визуальную коммуникацию в соответствии с законами восприятия и методами воздействия на потребителя, правовыми нормами на основе требований заказчика</p> <p>П-2 - Экспертной оценки дизайнерских и рекламных продуктов</p> <p>П-3 - Применять средства и методы дизайн-технологий для выполнения проектов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление.</p>
--	---	--

		<p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
--	--	--

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Разработка и технология производства
рекламного продукта

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Резник Ирина Борисовна	кандидат искусствоведения, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Резник Ирина Борисовна, Доцент, культурологии и дизайна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	История и теоретические основы рекламной деятельности.	Реклама как часть маркетинговой стратегии. Основные исторические этапы становления рекламной деятельности. Рекламное обращение. Виды рекламной продукции. Форма, содержание, структура рекламного обращения. Креативность в рекламе. Методы поиска креативной рекламной идеи.
2	Отдельные виды рекламной деятельности: технологии и разработка	Технология производства, особенности и разработка отдельных видов рекламы: - Аудиореклама. Технологии производства. - Видеореклама. Технологии производства. - Выставочная деятельность. Технология производства выставочного продукта - Наружная реклама. Наружная реклама: приемы разработки. Технологии печати и изготовления иных видов наружной рекламы. Транзитная реклама. - Интерьерная реклама. - BTL мероприятия.

		<ul style="list-style-type: none"> - Сувенирная реклама. - POS- материалы. - Интернет-реклама. Технологии производства рекламы в сети Интернет. - Полиграфия и реклама. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта. Способы печати рекламного продукта. <p>Новейшие технологии в рекламе.</p>
--	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-13 - Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий	З-2 - Правовые, этические и эстетические аспекты создания рекламных, художественных объектов

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Разработка и технология производства рекламного продукта

Электронные ресурсы (издания)

1. Блюм, М. А.; Рекламная деятельность : учебное пособие.; Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», Тамбов; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444670> (Электронное издание)
2. Ананьева, Н. В.; Рекламная деятельность : учебное пособие.; СФУ, Красноярск; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496962> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Песоцкий, Е. А.; Реклама и психология потребителя; Феникс, Ростов-на-Дону; 2004 (3 экз.)
2. Ромат, Е. В.; Реклама. История. Теория. Практика : учебник для вузов.; Питер, Москва [и др.]; 2002 (2 экз.)

3. Росситер, Д. Р., Джон Р., Бугаев, М., Жильцов, С., Карасевич, Т., Перси, Л.; Реклама и продвижение товаров; Питер, Москва; СПб.; Нижний Новгород и др.; 2002 (2 экз.)
4. Беквит, Г., Китаева, Е. В., Харитонов, Е.; Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг; Альпина Бизнес Букс, Москва; 2005 (1 экз.)
5. Васильев, Г. А.; Технологии производства рекламной продукции : учеб. пособие.; Вузовский учебник, Москва; 2011 (8 экз.)
6. , Дмитриева, Л. М.; Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник.; Экономистъ, Москва; 2006 (5 экз.)
7. Шарков, Ф. И., Шарков, Ф. И.; Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама".; Дашков и К°, Москва; 2009 (9 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Социальная сеть <https://www.pinterest.ru/>

Хабр <https://habr.com/ru/flows/design/>

Behance <https://www.behance.net/>

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Разработка и технология производства рекламного продукта

Сведения об оснащении дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		Подключение к сети Интернет	
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Язык рекламы

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Журавлева Надежда Ивановна	кандидат философских наук, доцент	Доцент	культурологии и дизайна

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Журавлева Надежда Ивановна, Доцент, культурологии и дизайна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Реклама как вид коммуникации	Понятие рекламы. Виды и средства рекламы. Восприятие рекламы и художественно-изобразительные средства. Языковые средства рекламы. Формирования языка рекламы. Создание рекламы. Коммуникативные рекламные стратегии. Приемы манипулирования в рекламе. Этнокультурный фактор в рекламе. Рекламные кампании.
2	Художественно-изобразительный язык рекламы	Художественно-изобразительные особенности языка рекламы. Ассоциативность восприятия. Композиция. Форма. Художественный образ. Символика. Шрифт. Цвет. Разнообразие стилей современной рекламы. Дизайн в рекламе.
3	Рекламный текст	Лингвистические особенности языка рекламы. Понятие текста. Рекламный текст и его специфика. Требования к тексту рекламы. Типологические и структурные особенности рекламного текста. Специфика рекламного текста в различных СМИ. Тестирование эффективности рекламы с точки зрения текста. Лингвистические нормы языка в рекламе. Лингвистическая экспертиза рекламных текстов.
4	Содержание и смысловые аспекты рекламы	Смысл в рекламе. Эмоциональное и рациональное в рекламе. Эмоции в рекламе. Особенности рекламы в различных сферах.

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Игровые технологии (креативные, имитационные, деловые, ролевые и др.)	ПК-13 - Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий	У-5 - Находить нестандартные, креативные решения для создаваемых продуктов в соответствии с пожеланиями заказчиков Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Язык рекламы

Электронные ресурсы (издания)

1. Пономарева, А. М.; Креатив и копирайтинг : учебник.; Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146> (Электронное издание)
2. Судоргина, З., З.; Копирайтинг: тексты, которые продаются : практическое пособие.; Феникс, Ростов-на-Дону; 2014; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458> (Электронное издание)
3. Луговой, Д. Б.; Копирайтинг : учебное пособие.; СКФУ, Ставрополь; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483728> (Электронное издание)
4. ; SEO-копирайтинг 2.0: как писать тексты в эру семантического поиска; Инфра-Инженерия, Москва|Вологда; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493859> (Электронное издание)
5. Музыкант, В. Л.; Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) : монография.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2019; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064> (Электронное издание)
6. Назайкин, А. Н.; Недвижимость. Как ее рекламировать : практическое пособие.; СОЛОН-ПРЕСС, Москва; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488370> (Электронное издание)

7. Назайкин, А. Н.; Эффективная продажа рекламы в интернете, прессе, на телевидении и радио : учебно-практическое пособие.; СОЛОН-ПРЕСС, Москва; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488371> (Электронное издание)
8. Назайкин, А. Н.; Современное медиапланирование: традиционные СМИ, а также реклама в интернете (медийная и контекстная) : учебное пособие.; СОЛОН-ПРЕСС, Москва; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488373> (Электронное издание)
9. Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.; Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Дегтярев, А. Р.; Изобразительные средства рекламы. Слово, композиция, стиль, цвет; ФАИР-ПРЕСС, Москва; 2006 (14 экз.)
2. Иванова, К. А.; Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2006 (13 экз.)
3. Назайкин, А. Н.; Иллюстрирование рекламы; Эксмо, Москва; 2005 (7 экз.)
4. Назайкин, А. Н.; Практика рекламного текста; Бератор-Пресс, Москва; 2003 (5 экз.)
5. Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.; Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" .; ЮНИТИ, Москва; 2009 (5 экз.)
6. Халдин, Г. Е.; Основы композиции: печатный рекламный текст : учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению "Реклама" .; Изд-во Урал. ун-т, Екатеринбург; 2011 (70 экз.)
7. Овруцкий, А. В.; Анатомия рекламного образа: фирменный стиль, технологии брендинга, звуковые средства : [курс лекций для вузов по специальности 350700 "Реклама"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2004 (16 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Социальная сеть <https://www.pinterest.ru/>

Хабр <https://habr.com/ru/flows/design/>

Behance <https://www.behance.net/>

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Язык рекламы

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc

		соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
--	--	---	--