

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 |
|-------------------|--------------------------------|
| 1158805 | Разработка 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 Разработка рекламного продукта

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Разработка 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. Модуль образовательной траектории «Художественно-рекламный сервис»

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 | Разработка и технология производства рекламного продукта | 4 |
| 2 | Язык рекламы | 4 |
| ИТОГО по модулю: | | 8 |

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

| | |
|---|--|
| Пререквизиты модуля | Не предусмотрены |
| Постреквизиты и кореквизиты модуля | 1. Графическое обеспечение рекламного продукта 2. 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 |
| Разработка и технология производства | ПК-1 - Способен применять технологические | 3-5 - Знать методологию и технологии разработки рекламных и дизайнерских продуктов с использованием специальных |

| | | |
|---------------------|--|---|
| рекламного продукта | новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса | <p>программ и сервисов, позволяющим 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>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 - Владеть методиками и технологией разработки продуктов в сфере дизайна и рекламы</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> |
| | 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</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>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> |
|--|--|---|

| | | |
|---------------------|---|---|
| | <p>ПК-14 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> | <p>З-2 - Охарактеризовать специальные программы и сервисы позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>З-4 - Знать специальное программное обеспечение, интернет-технологии; программные средства, позволяющие автоматизировать деятельность служб сервиса</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-4 - Использовать новейшие методы и средства получения, хранения и обработки информации для решения проблем сервисной деятельности</p> <p>П-5 - Выполнять планирование и разработку услуги с использованием ресурсов информационных технологий</p> <p>П-7 - Иметь опыт использования специальных программ и сервисов, позволяющих осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> |
| <p>Язык рекламы</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-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> |
| | ПК-14 - Способен понимать принципы | З-2 - Охарактеризовать специальные программы и сервисы позволяющие |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> | <p>осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</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> |
|--|---|--|

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.1 | 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. - ВТЛ мероприятия. - Сувенирная реклама. |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>- POS- материалы.</p> <p>- Интернет-реклама. Технологии производства рекламы в сети Интернет.</p> <p>- Полиграфия и реклама. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта. Способы печати рекламного продукта.</p> <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. Епифанова, А. Г.; Дизайн-деятельность как социокультурная практика: репрезентация в актуальном рекламном дискурсе : монография.; Южно-Уральский технологический университет, Челябинск; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/109148.html> (Электронное издание)
2. Романов, А. А.; Рекламные PR-технологии Масс-медиа : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <http://www.iprbookshop.ru/10814.html> (Электронное издание)
3. Ананьева, Н. В.; Рекламная деятельность : учебное пособие.; Сибирский федеральный университет, Красноярск; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/84112.html> (Электронное издание)
4. Гринь, С. Н.; Рекламная деятельность в туризме : методическое пособие (курс лекций).; Университет экономики и управления, Симферополь; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/86413.html> (Электронное издание)
5. Анашкина, Н. А.; Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью» : учебное пособие.; Омский государственный технический университет, Омск; 2020;

<http://www.iprbookshop.ru/115440.html> (Электронное издание)

6. Чернышева, Т. Л.; Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/91413.html> (Электронное издание)

7. Курушин, В. Д.; Графический дизайн и реклама; Профобразование, Саратов; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/87990.html> (Электронное издание)

8. Матвеева, М. А.; Реклама и PR-Интернет : методическое пособие.; Университет экономики и управления, Симферополь; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/86412.html> (Электронное издание)

9. Кузнецов, П. А.; Политическая реклама. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама», «связи с общественностью».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/81729.html> (Электронное издание)

10. Дмитриевой, Л. М.; Социальная реклама : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама» и «связи с общественностью».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/81676.html> (Электронное издание)

11. Шпаковский, В. О.; Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие.; Инфра-Инженерия, Москва; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/78258.html> (Электронное издание)

12. Бердышев, С. Н.; Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/57030.html> (Электронное издание)

13. Паршукова, Г. Б.; Реклама в коммуникационном процессе : учебно-методическое пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2011; <http://www.iprbookshop.ru/45009.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Дмитриева, Л. М.; Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник.; Экономистъ, Москва; 2006 (5 экз.)

2. 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.)

3. Морган, Н., Еремин, В. В.; Реклама в туризме и отдыхе : Учеб. пособие для вузов по специальностям 350700 "Реклама" и 230500 "Социально-культурный сервис и туризм".; ЮНИТИ, Москва; 2004 (10 экз.)

4. Шарков, Ф. И.; Интегрированные рекламные коммуникации : [учебник по специальности "Связи с общественностью"].; РИП-холдинг, Москва; 2004 (15 экз.)

5. Дегтярев, А. Р.; Изобразительные средства рекламы. Слово, композиция, стиль, цвет; ФАИР-ПРЕСС, Москва; 2006 (14 экз.)

6. Николайшвили, Г. Г.; Социальная реклама. Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Связи с общественностью" и "Реклама".; Аспект Пресс, Москва; 2008 (30 экз.)

7. Васильев, Г. А.; Технологии производства рекламной продукции : учеб. пособие.; Вузовский учебник, Москва; 2011 (8 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 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 | Не требуется |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | | Доска аудиторная | |
| 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. |

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 | 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 |

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Язык рекламы

Электронные ресурсы (издания)

1. Курушин, В. Д.; Графический дизайн и реклама; Профобразование, Саратов; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/87990.html> (Электронное издание)
2. Епифанова, А. Г.; Дизайн-деятельность как социокультурная практика: репрезентация в актуальном рекламном дискурсе : монография.; Южно-Уральский технологический университет, Челябинск; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/109148.html> (Электронное издание)
3. ; SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска; Инфра-Инженерия, Москва; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/78250.html> (Электронное издание)
4. Луговой, Д. Б.; Копирайтинг : учебное пособие.; Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/75579.html> (Электронное издание)
5. Пономарева, А. М.; Креатив и копирайтинг : учебник.; Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146> (Электронное издание)
6. Музыкант, В. Л.; Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) : монография.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064> (Электронное издание)
7. Назайкин, А. Н.; Эффективная продажа рекламы в интернете, прессе, на телевидении и радио: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; СОЛОН-ПРЕСС, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488371> (Электронное издание)
8. Назайкин, Н. А.; Эффективный рекламный текст в СМИ : монография.; Московский

государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва; 2011; <http://www.iprbookshop.ru/13128.html> (Электронное издание)

9. Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.; Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «дизайн», 032401 «реклама».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/74886.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Дегтярев, А. Р.; Изобразительные средства рекламы. Слово, композиция, стиль, цвет; ФАИР-ПРЕСС, Москва; 2006 (14 экз.)
2. Назайкин, А. Н.; Иллюстрирование рекламы; Эксмо, Москва; 2005 (7 экз.)
3. Данилов, А. А.; Идея, сценарий, дизайн в рекламе; ДАН, Санкт-Петербург; 2009 (25 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 | Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES |

| | | | |
|---|---|--|---|
| | | <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | |
| 2 | Практические занятия | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | <p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> |
| 3 | Консультации | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Не требуется |
| 4 | Текущий контроль и промежуточная аттестация | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | <p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> |
| 5 | Самостоятельная работа студентов | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | <p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> |