

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

_____ Ю. А. Жадаев

« 30 » мая 2022 г.

Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Волгоград
2022

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы
« 13 » мая 2022 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой _____ « 13 » мая 2022 г.
(подпись) Калачев А.В. (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического
и социального образования « 16 » мая 2022 г. , протокол № 6

Председатель учёного совета Зотова Н.Г. _____ « 16 » мая 2022 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 30 » мая 2022 г. , протокол № 13

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной
работы.

Программа дисциплины «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ»
соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи
с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской
Федерации от 8 июня 2017 г. N 512 С изменениями и дополнениями от: 26 ноября 2020 г., 8
февраля 2021 г) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и
связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому
Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 30 мая 2022 г., протокол № 13).

1. Цель освоения дисциплины

Изучение специфики рекламного информирования СМИ и воздействия на аудиторию, места и значения рекламы в современном обществе наряду с другими коммуникациями, освоение основных видов рекламных сообщений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык», «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», «Русский язык», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

– основы рекламной деятельности ПР-специалиста в СМИ;
– понятие «реклама» и ее функции, основные виды рекламы;
– сущность и процесс разработки рекламного сообщения, рекламной кампании и методики разработки рекламных сообщений;

уметь

– создавать коммуникативные эффекты рекламы, воздействовать на аудиторию с использованием коммуникативных технологий;
– выявлять признаки рекламной информации, использовать эффективную рекламу в СМИ;
– организовать рекламную кампанию; управлять рекламной деятельностью;

владеть

– основными видами коммуникации, используемыми в деятельности по связям с общественностью;
– навыками анализа достоинств и недостатков медиаканалов в рекламной деятельности;
– методиками организации и управления рекламной деятельностью (постановка задачи, исследование, проведение, оценка эффективности).

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		5з / 5л
Аудиторные занятия (всего)	32	26 / 6
В том числе:		
Лекции (Л)	10	10 / –
Практические занятия (ПЗ)	22	16 / 6
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –
Самостоятельная работа	139	118 / 21
Контроль	9	– / 9
Вид промежуточной аттестации		– / ЭК
Общая трудоемкость	часы	180
	зачётные единицы	144 / 36
		5
		4 / 1

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Функции и задачи специалиста по работе со средствами массовой информации	Взаимодействия PR-специалиста и СМИ. Позиция журналиста. Предполагаемые коммуникативные эффекты и средства воздействия на аудиторию. Виды коммуникации, используемые в деятельности по связям с общественностью.
2	Коммуникационные основы рекламной деятельности	Использование СМИ в рекламных целях. Достоинства и недостатки современной рекламы. Типология рекламы в СМИ. Визуальные образы в рекламе. Коммуникационные рекламные стратегии. Коммерческая и коммуникативная эффективность рекламного сообщения.
3	Организация и управление рекламной деятельностью СМИ	Основные направления рекламной деятельности в СМИ. Участники рекламного процесса. Главные и второстепенные организации рекламного рынка. Рекламодатели и рекламные посредники. Виды и цели рекламных кампаний. Целевая аудитория и целевое поведение. Коммуникативная и маркетинговая эффективность рекламы

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Функции и задачи специалиста по работе со средствами массовой информации	4	8	–	49	61
2	Коммуникационные основы рекламной деятельности	4	8	–	50	62
3	Организация и управление рекламной деятельностью СМИ	2	6	–	40	48

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Щепилова, Г. Г. Реклама в СМИ. История, технология, классификация : монография / Г. Г. Щепилова. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. — 464 с. — ISBN 978-5-211-05799-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13154.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Смирнов, Э. А. Управление качеством рекламы : учебное пособие / Э. А. Смирнов. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2011. — 153 с. — ISBN 978-5-98079-739-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8623.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Романов, А. А. Реклама и PR : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, В. А. Дианова. — Краснодар : Южный институт менеджмента, 2008. — 212 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/9598.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6.2. Дополнительная литература

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Дашков и К, 2016. — 324 с. — ISBN 978-5-394-00792-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/5249.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 135 с. — ISBN 978-5-238-01245-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81771.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.
2. Портал учебной документации Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://matrix19.vspu.ru>.
3. Список социальных сайтов. URL: <https://psysocwork.ru/>.
4. Российская ассоциация по связям с общественностью. URL: <https://www.raso.ru/>.
5. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Дистанционное консультирование СРС на образовательном портале ВГСПУ <http://edu.vspu.ru>.
3. Технологии разработки и публикации сетевых документов.
4. Технологии электронной почты (асинхронное взаимодействие в сети Интернет).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.
2. Комплект переносного презентационного оборудования.
3. Учебная аудитория для проведения практических занятий.
4. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
5. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения практических занятий.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, .

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на

основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.