ФГОС ВО
(версия3+)

ТЕОРИЯ РЕКЛАМЫ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Рабочая программа дисциплины

Челябинск 2017

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет театра, кино и телевидения
Кафедра режиссуры кино и телевидения

ТЕОРИЯ РЕКЛАМЫ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Рабочая программа дисциплины
по специальности 55.05.01 Режиссура кино и телевидения

Уровень высшего образования: специалитет
Программа подготовки: специалитет
Специализация «Режиссер телевизионных фильмов, телепрограмм, педагог»
Квалификация: Режиссер телевизионных программ. Педагог

Форма обучения: очная
срок изучения – 8 семестр
Форма обучения: заочная
срок изучения – 8 семестр

Челябинск 2017

УДК 791.43(073)
ББК 85.38я 73
Т33

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по специальности 55.05.01 Режиссура кино и телевидения.

Автор-составитель: А. А. Инглин, старший преподаватель кафедры режиссуры кино и телевидения ЧГИК.

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета театра, кино и телевидения рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 5 от 13.02.2017.

Экспертиза проведена 24.02.2017, акт № 2017/РКТ РТП.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на:

Учебный год	**Совет факультета**	**№ протокола, дата утверждения**
2017–2018	ФТКТ	№ 01 от 18.09.2017
2018–2019	ФТКТ	№ 01 от 31.08.2018
2019–2020	ФТКТ	№ 01 от 30.08.2019
2020–2021		

Т33 Теория рекламы на телевидении : рабочая программа дисциплины по специальности 55.05.01 Режиссура кино и телевидения, уровень высшего образования: специалист, программа подготовки: специалитет, специализация «Режиссер телевизионных фильмов, телепрограмм, педагог», квалификация: Режиссер телевизионных программ. Педагог / авт.-сост. А. А. Инглин ; Челяб. гос. ин-т культуры. – Челябинск, 2017. – 32 с. – (ФГОС ВО версия 3+).

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный
институт культуры, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация 5

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 6

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 7

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся 7

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 8

4.1. Структура преподавания дисциплины 8

4.1.1. Матрица компетенций 9

4.2. Содержание дисциплины 10

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 11

5.1. Общие положения 11

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы 12

5.2.1. Содержание самостоятельной работы 12

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы 13

5.2.3. Перечень учебной литературы, необходимой для самостоятельной работы 15

5.2.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для самостоятельной работы 15

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 16

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 16

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 19

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования 19

6.2.2.Описание шкал оценивания 21

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете (пятибалльная система) 21

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания при использовании балльно-рейтинговой системы 21

6.2.2.3. Описание шкалы оценивания различных видов учебной работы 22

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 23

6.3.1. Материалы для подготовки к зачету 23

6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине 24

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы 24

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций 24

6.3.4.1. Планы семинарских занятий 24

6.3.4.2. Задания для практических занятий 25

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий 25

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока) 26

6.3.4.5. Тестовые задания (примеры из разных вариантов) 26

6.3.4.6. Контрольная работа для обучающихся по заочной форме обучения и методические рекомендации по ее выполнению 26

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетен- 26

ций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 27
7.1. Основная литература 27
7.2. Дополнительная литература 27
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины 27
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 28
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем 29
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине 30
12. Иные сведения и материалы 30
12.1. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине 30
Лист изменений в рабочую программу дисциплины 32

Аннотация

1	Код и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.01.01 Теория рекламы на телевидении
2	Цель дисциплины	Формирование представления о специфике телевизионной рекламы и освоение полного технологического цикла производства и трансляции рекламного продукта на телевидении для решения профессиональных задач в области творческо-производственной и организационно-управленческой деятельности.
3	Задачи дисциплины заключаются в:	– формировании комплексного представления о сущности и функциях телевизионной рекламы; – изучении классификации телевизионной рекламы; – формировании навыков планирования и проведения рекламной кампании; – изучении психологического воздействия телевизионной рекламы; – формировании аналитического навыка при разборе телевизионной рекламы различных видов и жанров.
4	Коды формируемых компетенций	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
5	Планируемые результаты обучения по дисциплине *(пороговый уровень)*	В результате освоения дисциплины обучающийся должен приобрести: *знания:* – технологии создания аудиовизуального произведения на уровне воспроизведения; – профессиональных обязанностей режиссера телевидения на уровне воспроизведения; – критериев качества телевизионной рекламы на уровне воспроизведения; *умения:* – воспроизводить последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения; – перечислять профессиональные обязанности режиссера телевидения; – воспроизводить критерии качества телевизионной рекламы; *навыки и (или) опыт деятельности:* – использовать технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов; – использовать знание профессиональных обязанностей режиссера телевидения для реализации собственных проектов; – использовать знание критериев качества телевизионной рекламы для реализации собственных проектов.
6	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 2 в академических часах –72
7	Разработчик	А. А. Инглин, старший преподаватель кафедры режиссуры кино и телевидения ЧГИК.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Результаты освоения ОПОП (содержание компетенций и код)	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине в рамках компонентов компетенций**		
	Пороговый (обязательный для всех обучающихся)	**Продвинутый** (превышение минимальных характеристик уровня сформированности компетенции)	**Повышенный** (максимальная сформированность компетенции)
1	**2**	**3**	**4**
Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)	*знания:* технологии создания аудиовизуального произведения на уровне воспроизведения	*знания:* технологии создания аудиовизуального произведения на уровне анализа	*знания:* технологии создания аудиовизуального произведения на уровне синтеза и интерпретации
	умения: воспроизводить последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения	*умения:* анализировать последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения	*умения:* пересматривать и интерпретировать последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения
	навыки и (или) опыт деятельности: использовать технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов	*навыки и (или) опыт деятельности:* дополнять технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов	*навыки и (или) опыт деятельности:* уникализировать стандартную технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов
Пониманием значимости своей будущей специальности, стремлением к ответственному отношению к своей трудовой деятельности (ОПК-5)	*знания:* профессиональных обязанностей режиссера телевидения на уровне воспроизведения	*знания:* профессиональных обязанностей режиссера телевидения на уровне анализа	*знания:* профессиональных обязанностей режиссера телевидения на уровне интерпретации
	умения: перечислять профессиональные обязанности режиссера телевидения	*умения:* анализировать профессиональные обязанности режиссера телевидения	*умения:* давать оценку профессиональным обязанностям режиссера телевидения
	навыки и (или) опыт деятельности: использовать знание профессиональных обязанностей режиссера те-	*навыки и (или) опыт деятельности:* решать профессиональные задачи посредством знания профессиональных обязанностей режиссера телевидения	*навыки и (или) опыт деятельности:* объяснять профессиональные обязанности режиссера телевидения на материале собст-

	левидения для реализации собственных проектов		венных проектов
Способностью и готовностью к осмыслению, анализу и критической оценке творческих идей, к обоснованию и защите своей точки зрения, к пониманию сути проблемы и нахождению пути ее решения (ПК-4)	*знания:* критериев качества телевизионной рекламы на уровне воспроизведения	*знания:* критериев качества телевизионной рекламы на уровне анализа	*знания:* критериев качества телевизионной рекламы на уровне синтеза
	умения: воспроизводить критерии качества телевизионной рекламы	*умения:* анализировать критерии качества телевизионной рекламы	*умения:* синтезировать критерии качества телевизионной рекламы
	навыки и (или) опыт деятельности: использовать знание критериев качества телевизионной рекламы для реализации собственных проектов	*навыки и (или) опыт деятельности*: объяснять рабочей группе критерии качества телевизионной рекламы при реализации собственных проектов	*навыки и (или) опыт деятельности:* разрабатывать критерии качества новых форм и видов телевизионной рекламы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы[1]

Дисциплина «Теория рекламы на телевидении» является дисциплиной по выбору.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «История телевидения», «Мастерство режиссера телевидения», «Теория и практика монтажа». Данные дисциплины готовят обучающихся к эффективному изучению дисциплины, формируя следующие «входные» знания и умения:

- знание основных видов, жанров и стилистических направлений в развитии телевидения;
- умение брать на себя функции режиссера в рамках реализации междисциплинарных творческих телевизионных проектов;
- знание основных принципов и выразительных средств монтажа.

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Теория и практика монтажа», «Кинодраматургия», «Мастерство режиссера телевидения»; прохождении практик: творческо-производственной, преддипломной; подготовке к государственной итоговой аттестации.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем(по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

[1] По заочной форме обучения возможны корректировки, в соответствии с графиком учебного процесса и учебным планом.

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	72	72
– Контактная работа (по учебным занятиям) (всего)	36	8
в том числе:		
лекции	20	6
семинары	16	2
практические занятия	–	–
мелкогрупповые занятия	–	–
индивидуальные занятия	–	–
– Внеаудиторная работа[2]:		
консультации текущие	5 % от лекционных часов	15 % от лекционных часов
курсовая работа	–	–
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	36	60
– Промежуточная аттестация обучающегося (зачет) (всего часов по учебному плану):	–	4

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в академ. час.)					Формы текущего контроля успеваемости	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Контактная работа				с/р		
		лек	сем	практ	инд			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Сущность и функции телевизионной рекламы	14	5	4	–	–	5	– Семинар №1. – Самостоятельная работа №1.	
Тема 2. Классификация телевизионной рекламы	14	5	4	–	–	5	– Межсессионная аттестация. – Семинар №2. – Самостоятельная работа №2.	
Тема 3. Технология планирования и проведения рекламной кампании	29	5	4	–	–	20	– Семинар №3. – Самостоятельная работа №3.	
Тема 4. Психология телевизионной	15	5	4	–	–	6	– Семинар №4. – Самостоя-	

[2] Объем часов по внеаудиторной работе не отражен в учебном плане.

рекламы							тельная работа №4.	
Зачет в 8 сем.								Зачет
Итого в 8 сем.	72	20	16	–	–	36		
Всего по дисциплине	**72**	**20**	**16**	**–**	**–**	**36**		

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	**Общая трудоемкость (всего час.)**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в академ. час.)**					**Формы текущего контроля успеваемости**	**Форма промежуточной аттестации (по семестрам)**
		Контактная работа				**с/р**		
		лек	**сем**	**практ**	**инд**			
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**
Тема 1. Сущность и функции телевизионной рекламы	11	3	–	–	–	8	– Самостоятельная работа №1.	
Тема 2. Классификация телевизионной рекламы	13	3	–	–	–	10	– Самостоятельная работа №2.	
Тема 3. Технология планирования и проведения рекламной кампании	31	–	1	–	–	30	– Семинар №3. – Самостоятельная работа №3.	
Тема 4. Психология телевизионной рекламы	13	–	1	–	–	12	– Семинар №4. – Самостоятельная работа №4.	
Зачет в 8 сем.	4							Зачет
Итого в 8 сем.	72	6	2	–	–	60		
Всего по дисциплине	**72**	**6**	**2**	**–**	**–**	**60**		**4**

4.1.1. Матрица компетенций

Таблица 4

Наименование разделов, тем	**Общая трудоемкость (всего час.)**	**Коды компетенций**			
		ОК-1	ОПК-5	ПК-4	***Общее кол-во компетенций***
Тема 1. Сущность и функции телевизионной рекламы	14	+	+	+	3
Тема 2. Классификация телевизионной рекламы	14	+	+	+	3
Тема 3. Технология планирования и проведения рекламной кампании	29	+	+	+	3
Тема 4. Психология телевизионной рекламы	15	+	+	+	3
Всего по дисциплине	**72**	4	4	4	

4.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и функции телевизионной рекламы. Определение рекламы как вида маркетинговой и массовой коммуникации. Структура рекламной кампании: субъект (рекламодатель, производитель и распространитель рекламы), предмет (товар или услуга), средства распространения, объект (целевая аудитория). Функции рекламы: экономическая, социальная, информационная, коммуникативная. Основные предметные сферы рекламы, их характеристика и специфические особенности. Правовое и этическое регулирование рекламы. Законы РФ «О рекламе», «О защите прав потребителя», «О средствах массовой информации», особенности их применения в условиях общественной трансформации России. Методы противодействия ненадлежащей (недобросовестной, недостоверной, неэтичной, ложной) рекламе. Реклама в контексте массовых информационных процессов; интегративная модель рекламы в «информационном обществе».

Тема 2. Классификация телевизионной рекламы. Деятельностная концепция рекламы – основа классификации ее видов. Субъектный критерий: реклама индивидуальная, копроративная, государственная. Предметный критерий: реклама экономическая, политическая, социальная, реклама в сфере культуры, образования, досуга, спорта, медицины и т.д. Целевой критерий: реклама коммерческая (достижение экономического эффекта), имиджевая (подготовка рынка с помощью формирования положительного имиджа), социальная (призыв к личным или социальным изменениям). Объектный критерий: массовая и специализированная реклама. Классификация по средствам рекламы: по знаковой системе рекламных обращений – аудиореклама, вербальная и визуальная (фотореклама, изобразительная реклама, теле-, видео-, кинореклама); по носителям рекламы – печатная (брошюры, буклеты, листовки), реклама в прессе, на радио, на телевидении, наружная реклама, почтовая, сувенирная и др.; по характеру распространения рекламы – опосредованная (текстом, изображением, звуком) и прямая («директ-мейл»). Модификация видов рекламы в современных условиях.

Тема 3. Технология планирования и проведения рекламной кампании. Основные этапы рекламной кампании: исследование, планирование, составление рекламных обращений, проведение рекламной кампании, контроль за эффективностью рекламы. Маркетинговая концепция – исходная позиция рекламной деятельности. Задача исследования: изучение потребителей товара или услуги, анализ рынка, действий конкурентов, производителей, рекламодателей. Разработка стратегии маркетинга и бюджета, создание версии названия товара и его упаковки, разработка творческого замысла и его предварительная экспертиза, определение средств рекламы, обеспечивающих эффективное воздействие на целевую аудиторию и охват целевых рынков. Типы рынков: потребительский, рынок перепродаж, промышленный. Выбор рыночного сектора, определение целевого рынка, его сегментирование – важнейшие предпосылки успешной рекламной деятельности. Функции рекламы в позиционировании продукта или услуги на рынке (завоевание позиций в сознании потребителя). Мониторинг рекламных обращений как компонент рекламной деятельности.

Тема 4. Психология телевизионной рекламы. Этапы психологического воздействия рекламы: привлечение внимания, поддержание интереса, пробуждение эмоций, убеждение, принятие решения, действие (совершение покупки). Паралингвистические средства телевизионной рекламы, повышающие и снижающие эффективность. Значение цвета в телевизионной рекламе. Психологическое, символическое и физиоло-

гическое воздействие цвета на зрителя. Структура потребностей и мотивов в телевизионной рекламе с точки зрения психоанализа. Иерархия психологических мотивов поведения целевой аудитории (потребности в достижении, приобретении, общении, познавательная мотивация, потребности в защите здоровья, безопасности, отдыхе и развлечении). Репрезентативные системы в рекламе.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «Теория рекламы на телевидении» – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа по дисциплине «Теория рекламы на телевидении» может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на лекциях и семинарских занятиях. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

– в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;

– без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа прежде всего включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к семинарским занятиям; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы по дисциплине «Теория рекламы на телевидении» обучающегося является:

– формирование приверженности к будущей профессии;

– систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, навыков и (или) опыта деятельности;

– формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);

– развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);

– формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;

– развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа по дисциплине «Теория рекламы на телевидении» является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:

знать:

– систему форм и методов обучения в вузе;
– основы научной организации труда;
– методики самостоятельной работы;
– критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;
уметь:
– проводить поиск в различных поисковых системах;
– использовать различные виды изданий;
– применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;
иметь следующие навыки и опыт деятельности:
– планирование самостоятельной работы;
– соотнесение планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
– проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной «Теория рекламы на телевидении» следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов, темы	**Содержание самостоятельной работы**	**Кол-во часов с/р**	**Форма контроля**
Тема 1. Сущность и функции телевизионной рекламы	Самостоятельная работа № 1. Тема «Конспект основных положений федерального закона "О рекламе"»	5	Проверка конспекта в рабочей тетради, устный опрос на знание основных положений федерального закона "О рекламе"
Тема 2. Классификация телевизионной рекламы	Самостоятельная работа № 2. Тема «Написание режиссерской заявки на производство телевизионной рекламы»	5	Проверка режиссерской заявки на печатном листе формата А4
Тема 3. Технология планирования и проведения рекламной кампании	Самостоятельная работа № 3. Тема «Производство телевизионной рекламы»	20	Проверка готового аудиовизуального произведения (телевизионной рекламы) и сопутствующей документации
Тема 4. Психология	Самостоятельная работа № 3. Тема	6	Проверка устного

телевизионной рекламы	«Анализ психологического воздействия телевизионной рекламы»		выступления в рамках семинара и сопутствующих аудиовизуальных материалов (примеры телевизионной рекламы)

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1.

Тема «Конспект основных положений федерального закона "О рекламе"»

Цель работы: самостоятельно изучить основные положения федерального закона «О рекламе», проанализировать их место и роль в деятельности режиссера телевизионной рекламы.

Задание и методика выполнения:

1. в рабочей тетради сделать конспект следующих статей федерального закона «О рекламе»:
   - Глава 1. Общие положения (статьи №1-13);
   - Глава 2. Особенности отдельных способов распространения рекламы (статьи №14, 17);
   - Глава 3. Особенности рекламы отдельных видов товаров (статьи №21, 24-28);
   - Глава 5. Государственный надзор в сфере рекламы и ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (статья №38);
2. определить место и роль данных статей федерального закона «О рекламе» в деятельности режиссера телевизионной рекламы;
3. презентовать конспект и пройти устный опрос на знание основных статей федерального закона «О рекламе».

Самостоятельная работа № 2.

Тема «Написание режиссерской заявки на производство телевизионной рекламы»

Цель работы: найти тему для Самостоятельной работы №3 и написать режиссерскую заявку на производство.

Задание и методика выполнения:

1. проанализировать региональные СМИ, социокультурное пространство Челябинской области (коммерческие предприятия, некоммерческие организации и фонды), предстоящие внутривузовские события на предмет поиска темы для видеорекламы;
2. определить наиболее подходящий формат видеорекламы для выбранной темы: по субъектному признаку (индивидуальная, корпоративная, государственная), по предметному признаку (экономическая, политическая, социальная, реклама в сфере культуры, образования, досуга, спорта, медицины и т.д.), по целевому признаку (экономическая и имиджевая), по объектному признаку (массовая и специализированная);
3. произвести анализ ресурсов, необходимых для реализации выбранной темы (по схеме: трудовые, временные, материальные, информационные, финансовые, административные и правовые ресурсы);

4. подобрать референсы (понравившиеся работы других авторов по данной теме);
5. обосновать значимость предлагаемой темы;
6. написать заявку на производство по схеме: тема, идея, хронометраж, рекламируемый продукт/услуга/мероприятие, УТП, режиссерское и операторское решение; презентовать результаты самостоятельной работы на занятии по теме.

Самостоятельная работа № 3.
Тема «Производство телевизионной рекламы»

Цель работы: получить навык подготовки и производства телевизионной рекламы.

Задание и методика выполнения:

1. на основании выбранной темы *(см. Самостоятельную работу №2)* пройти подготовительный этап создания аудиовизуального произведения:
    - написать сценарный план, литературный сценарий, режиссерский сценарий и согласовать их с педагогом;
    - сформировать рабочую группу (творческие и технические сотрудники), найти необходимые съемочные локации, оборудование и реквизит;
    - произвести предварительные договоренности со всеми локациями и героями, получить разрешение на съемки;
    - разработать календарно-постановочный план и вызывные листы для работы над видеорекламой;
2. пройти производственный этап создания аудиовизуального произведения:
    - осуществить съемочные работы в соответствии календарно-постановочным планом;
    - проконтролировать черновые монтажно-тонировочные работы, своевременно вносить коррективы;
    - презентовать педагогу черновой монтаж аудиовизуального произведения;
    - осуществить итоговые монтажно-тонировочные работы (включая цветокоррекцию и создание графического оформления);
3. презентовать готовое аудиовизуальное произведение и всю сопутствующую документацию на занятии по теме.

Самостоятельная работа № 4.
Тема «Анализ психологического воздействия телевизионной рекламы»

Цель работы: самостоятельно изучить методы психологического воздействия телевизионной рекламы на зрителя.

Задание и методика выполнения:

1. выбрать 5 телевизионных реклам различных форматов и жанров;
2. в рабочей тетради проанализировать их по следующим критериям:
    - этапы психологического воздействия рекламы;
    - паралингвистические средства телевизионной рекламы, повышающие и снижающие эффективность;
    - значение цвета в телевизионной рекламе; психологическое, символическое и физиологическое воздействие цвета на зрителя;

- структура потребностей и мотивов в телевизионной рекламе с точки зрения психоанализа;
- иерархия психологических мотивов поведения целевой аудитории (потребности в достижении, приобретении, общении, познавательная мотивация, потребности в защите здоровья, безопасности, отдыхе и развлечении);
- репрезентативные системы в рекламе;

3. сделать вывод о успешности/неуспешности психологического влияния выбранной телевизионной рекламы на зрителя;
4. презентовать результаты самостоятельной работы на семинарском занятии по теме (анализ в рабочей тетради, сопутствующие аудиовизуальные материалы).

5.2.3. Перечень учебной литературы, необходимой для самостоятельной работы

Жукова, Е. Д. Организация самостоятельной работы студентов [Текст] : учеб.пособие / Е. Д. Жукова. – Уфа, 2007. – 164 с.

См. также Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

5.2.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для самостоятельной работы

www.edu.ru – Российское образование. Федеральный портал.

www.gramota.ru – Справочно-информационный портал «Грамота.ру» – русский язык для всех.

www.study.ru – Языковой сайт.

www.twirpx.com/ – Все для студента.

См. также Раздел 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	**Результаты освоения ОПОП (содержание компетенций и код)**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** (пороговый уровень)	**Наименование оценочного средства**
1	**2**	**3**	**4**
Тема 1. Сущность и функции телевизионной рекламы	Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)	*знания:* технологии создания аудиовизуального произведения на уровне воспроизведения	– Семинар №1. Тема «Сущность и функции телевизионной рекламы» (4 час.) – Самостоятельная работа № 1. Тема «Конспект основных положений федерального закона "О рекламе"» (5 час.)
		умения: воспроизводить последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения	
		навыки и (или) опыт деятельности: использовать технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов	
	Пониманием значимости своей будущей специальности, стремлением к ответственному отношению к своей трудовой деятельности (ОПК-5)	*знания:* профессиональных обязанностей режиссера телевидения на уровне воспроизведения	
		умения: перечислять профессиональные обязанности режиссера телевидения	
		навыки и (или) опыт деятельности: использовать знание профессиональных обязанностей режиссера телевидения для реализации собственных проектов	
	Способностью и готовностью к осмыслению, анализу и критической оценке творческих идей, к обоснованию и защите своей точки зрения, к пониманию сути проблемы и нахождению пути ее решения (ПК-4)	*знания:* критериев качества телевизионной рекламы на уровне воспроизведения	
		умения: воспроизводить критерии качества телевизионной рекламы	
		навыки и (или) опыт деятельности: использовать знание критериев качества телевизионной рекламы для реализации собственных проектов	
Тема 2. Классификация телевизионной рекламы	Те же	Те же	– Семинар №2. Тема «Классификация телевизионной рекламы» (4 час.) – Самостоятельная работа № 2. Тема

			«Написание режиссерской заявки на производство телевизионной рекламы» (5 час.)
Тема 3. Технология планирования и проведения рекламной кампании	Те же	Те же	– Семинар №3. Тема «Технология планирования и проведения рекламной кампании» (4 час.) – Самостоятельная работа № 3. Тема «Производство телевизионной рекламы» (20 час.)
Тема 4. Психология телевизионной рекламы	Те же	Те же	– Семинар №4. Тема «Психология телевизионной рекламы» (4 час.) – Самостоятельная работа № 4. Тема «Анализ психологического воздействия телевизионной рекламы» (6 час.)

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	**Результаты освоения ОПОП (содержание компетенций и код)**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (**пороговый уровень**)**	**Наименование оценочного средства**
1	**2**	**3**	**4**
Тема 1. Сущность и функции телевизионной рекламы	Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)	*знания:* технологии создания аудиовизуального произведения на уровне воспроизведения	Вопросы к зачету (8 семестра): № 1, 2, 3, 4, 5.
		умения: воспроизводить последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения	
		навыки и (или) опыт деятельности: использовать технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов	
	Пониманием значимости своей будущей специальности, стрем-	*знания:* профессиональных обязанностей режиссера телевидения на уровне воспроизведения	
		умения: перечислять профессио-	

	лением к ответственному отношению к своей трудовой деятельности (ОПК-5)	нальные обязанности режиссера телевидения	
		навыки и (или) опыт деятельности: использовать знание профессиональных обязанностей режиссера телевидения для реализации собственных проектов	
	Способностью и готовностью к осмыслению, анализу и критической оценке творческих идей, к обоснованию и защите своей точки зрения, к пониманию сути проблемы и нахождению пути ее решения (ПК-4)	*знания:* критериев качества телевизионной рекламы на уровне воспроизведения	
		умения: воспроизводить критерии качества телевизионной рекламы	
		навыки и (или) опыт деятельности: использовать знание критериев качества телевизионной рекламы для реализации собственных проектов	
Тема 2. Классификация телевизионной рекламы	Те же	Те же	Вопросы к зачету (8 семестра): № 6, 7. Практикоориентированные задания к зачету (8 семестра): № 1.
Тема 3. Технология планирования и проведения рекламной кампании	Те же	Те же	Вопросы к зачету (8 семестра): № 8, 9, 10. Практикоориентированные задания к зачету (8 семестра): № 2.
Тема 4. Психология телевизионной рекламы	Те же	Те же	Вопросы к зачету (8 семестра): № 11, 12, 13, 14. Практикоориентированные задания к зачету (8 семестра): № 3, 4.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 8

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Показатели сформированности компетенций (пороговый уровень)	**Критерии оценивания уровня сформированности компетенций**	**Формы контроля**
1	**2**	**3**
Начальный **(входной) этап формирования компетенций** (входные знания)		
Перечисляет этапы технологического процесса производства аудиовизуального продукта	Адаптирует стандартные этапы технологического процесса производства аудиовизуального продукта для создания телевизионной рекламы	***диагностические:*** самоанализ, опрос
Текущий **этап формирования компетенций** (связан с выполнением обучающимися заданий, может осуществляться выявление причин непонимания какого-либо элемента содержания или неумения при выполнении заданий)		
Знания: Перечисляет этапы технологии создания аудиовизуального произведения	Осуществляет поиск источников об этапах технологии создания аудиовизуального произведения, отличает их и описывает содержание	***Активная учебная лекция; семинары; самостоятельная работа:*** устный опрос (базовый уровень / по диагностическим вопросам); письменная работа (типовые задания); самостоятельное решение контрольных (типовых) заданий и т. д.
Перечисляет профессиональные обязанности режиссера телевидения	Идентифицирует профессиональные обязанности режиссера телевидения, приводит их примеры	
Перечисляет критерии качества телевизионной рекламы	Приводит примеры качественной и некачественной телевизионной рекламы	
Умения: Воспроизводит последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения	Объясняет последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения	
Описывает профессиональные обязанности режиссера телевидения	Выделяет главное и второстепенное в профессиональных обязанностях режиссера телевидения	
Объясняет критерии качества телевизионной рекламы	Ранжирует критерии качества телевизионной рекламы	
Навыки: Использует технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов	Прописывает технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов	
Использует знание профессиональных обязанностей режиссера телевидения для реализации собственных проектов	Выстраивает работу над собственными проектами исходя из знаний профессиональных обязанностей режиссера телевидения	
Создает творческие проекты с учетом критериев качества телевизионной рекламы	Объясняет рабочей группе критерии качества телевизионной рекламы при создании творческих проектов	
Промежуточный (аттестационный) **этап формирования компетенций**		
Знания: Перечисляет этапы технологии	Осуществляет поиск источников об этапах технологии создания аудио-	***Зачет:*** – ответы на теорети-

создания аудиовизуального произведения	визуального произведения, отличает их и описывает содержание	ческие вопросы на уровне описания, воспроизведения материала.
Перечисляет профессиональные обязанности режиссера телевидения	Идентифицирует профессиональные обязанности режиссера телевидения, приводит их примеры	
Перечисляет критерии качества телевизионной рекламы	Приводит примеры качественной и некачественной телевизионной рекламы	
Умения: Воспроизводит последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения	Объясняет последовательность этапов технологии создания аудиовизуального произведения	
Описывает профессиональные обязанности режиссера телевидения	Выделяет главное и второстепенное в профессиональных обязанностях режиссера телевидения	
Объясняет критерии качества телевизионной рекламы	Ранжирует критерии качества телевизионной рекламы	
Навыки: Использует технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов	Прописывает технологию создания аудиовизуального произведения для реализации собственных проектов	
Использует знание профессиональных обязанностей режиссера телевидения для реализации собственных проектов	Выстраивает работу над собственными проектами исходя из знаний профессиональных обязанностей режиссера телевидения	
Создает творческие проекты с учетом критериев качества телевизионной рекламы	Объясняет рабочей группе критерии качества телевизионной рекламы при создании творческих проектов	

Формы контроля *для продвинутого уровня:*

– на *текущем* этапе формирования компетенций: а*ктивная учебная лекция; семинары; самостоятельная работа:* устный опрос (продвинутый уровень, например дискуссия, или опережающий); защита и презентация результатов работ и т. д.; олимпиада (конкурс) (уровень: внутривузовский, региональный);

– на *промежуточном* (аттестационном) **этапе формирования компетенций: *зачет*** (ответы на теоретические вопросы на уровне анализа).

Формы контроля *для повышенного уровня:*

– *на текущем* этапе формирования компетенций: *активная учебная лекция; семинары; самостоятельная работа:* устный опрос с использованием вопросов и заданий, не имеющих однозначного решения; устное выступление (дискуссионного характера); творческие ситуативные задания (индивидуальные и групповые);

– на *промежуточном* (аттестационном) **этапе формирования компетенций: *зачет* (**ответы на теоретические вопросы на уровне объяснения).

6.2.2. *Описание шкал оценивания*

Таблица 9

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете (пятибалльная система)

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Отлично (зачтено)	Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и навыки, определенные программой. Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу. Обучающийся способен действовать в нестандартных практикоориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы. Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования общекультурных и профессиональных компетенций, соответствующих требованиям ФГОС.
Хорошо (зачтено)	Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине. Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов. Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практикоориентированных ситуациях.
Удовлетворительно (зачтено)	Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине. Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов. Обучающийся способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практикоориентированных задач.
Неудовлетворительно (не зачтено)	Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине. Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине. Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания при использовании балльно-рейтинговой системы

Балльно-рейтинговая система оценивания по дисциплине не используется.

6.2.2.3. Описание шкалы оценивания

Таблица 10

Устное выступление (семинар)

Дескрипторы	**Образцовый, примерный; достойный подражания ответ (отлично)**	**Законченный, полный ответ (хорошо)**	**Изложенный, раскрытый ответ (удовлетворительно)**	**Минимальный ответ (неудовлетворительно)**	**Оценка**
Раскрытие проблемы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	
Представление	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использованы все необходимые профессиональные термины.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано большинство необходимых профессиональных терминов.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Профессиональная терминология использована мало.	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	
Оформление	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3–4 ошибки в представляемой информации.	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	
Ответы на вопросы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Только ответы на элементарные вопросы.	Нет ответов на вопросы.	
Умение держаться на аудитории, коммуникативные навыки	Свободно держится на аудитории, способен к импровизации, учитывает обратную связь с аудиторией.	Свободно держится на аудитории, поддерживает обратную связь с аудиторией.	Скован, обратная связь с аудиторией затруднена.	Скован, обратная связь с аудиторией отсутствует, не соблюдает нормы речи в простом высказывании.	
Итог					

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Материалы для подготовки к зачету

Таблица 11

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы) к зачету в 8 семестре

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1	Структура рекламной кампании	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
2	Функции рекламы: экономическая, социальная, информационная, коммуникативная	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
3	Основные предметные сферы рекламы, их характеристика и специфические особенности	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
4	Основные положения федерального закона «О рекламе» в деятельности режиссера телевидения	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
5	Методы противодействия ненадлежащей (недобросовестной, недостоверной, неэтичной, ложной) рекламе	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
6	Классификация телевизионной рекламы по субъектному и объектному критериям	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
7	Классификация телевизионной рекламы по предметному и целевому критериям	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
8	Основные этапы рекламной кампании	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
9	Функции рекламы в позиционировании продукта или услуги на рынке	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
10	Мониторинг рекламных обращений как компонент рекламной деятельности	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
11	Этапы психологического воздействия рекламы	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
12	Паралингвистические средства телевизионной рекламы, повышающие и снижающие эффективность	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
13	Психологическое, символическое и физиологическое воздействие цвета на зрителя в телевизионной рекламе	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
14	Структура потребностей и мотивов в телевизионной рекламе с точки зрения психоанализа	ОК-1, ОПК-5, ПК-4

Таблица 12

Материалы, необходимые для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности (примерные практикоориентированные задания) к зачету в 8 семестре

№ п/п	Темы примерных практикоориентированных заданий	Код компетенций
1	Проанализировать заданную телевизионную рекламу по субъектному, объектному, предметному и целевому критериям	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
2	Составить план рекламной кампании для заданного товара или услуги	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
3	Определить в заданной телевизионной рекламе психологическое, символическое и физиологическое воздействие цвета на зрителя	ОК-1, ОПК-5, ПК-4
4	Определить в заданной телевизионной рекламе иерархию	ОК-1, ОПК-5, ПК-4

	психологических мотивов поведения целевой аудитории	

6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине

Написание рефератов и эссе не предусмотрено.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинар № 1.
Тема «Сущность и функции телевизионной рекламы»
(ОК-1, ОПК-5, ПК-4)
(4 час.)

Вопросы для обсуждения:

1. Реклама как вид маркетинговой и массовой коммуникации.
2. Структура рекламной кампании.
3. Функции рекламы: экономическая, социальная, информационная, коммуникативная.
4. Основные предметные сферы рекламы, их характеристика и специфические особенности.
5. Правовое и этическое регулирование рекламы. Законы РФ «О рекламе», «О защите прав потребителя», «О средствах массовой информации», особенности их применения в условиях общественной трансформации России.
6. Методы противодействия ненадлежащей (недобросовестной, недостоверной, неэтичной, ложной) рекламе.

Рекомендуемая литература:
Основная литература к семинару (см. п. 7.1).

Семинар № 2.
Тема «Классификация телевизионной рекламы»
(ОК-1, ОПК-5, ПК-4)
(4 час.)

Вопросы для обсуждения:

1. Деятельностная концепция рекламы – основа классификации ее видов.
2. Субъектный критерий классификации: реклама индивидуальная, копроративная, государственная.
3. Предметный критерий классификации: реклама экономическая, политическая, социальная, реклама в сфере культуры, образования, досуга, спорта, медицины и т.д.
4. Целевой критерий классификации: реклама коммерческая (достижение экономического эффекта), имиджевая (подготовка рынка с помощью формирования положительного имиджа), социальная (призыв к личным или социальным изменениям).

Рекомендуемая литература:
Основная литература к семинару (см. п. 7.1).

Семинар № 3.
Тема «Технология планирования и проведения рекламной кампании»
(ОК-1, ОПК-5, ПК-4)
(4 час.)

Вопросы для обсуждения:
1. Основные этапы рекламной кампании: исследование, планирование, составление рекламных обращений, проведение рекламной кампании, контроль за эффективностью рекламы.
2. Задачи маркетингового исследования: изучение потребителей товара или услуги, анализ рынка, действий конкурентов, производителей, рекламодателей.
3. Выбор рыночного сектора, определение целевого рынка, его сегментирование.
4. Функции рекламы в позиционировании продукта или услуги на рынке (завоевание позиций в сознании потребителя).
5. Мониторинг рекламных обращений как компонент рекламной деятельности.

Рекомендуемая литература:
Основная литература к семинару (см. п. 7.1).

Семинар № 4.
Тема «Психология телевизионной рекламы»
(ОК-1, ОПК-5, ПК-4)
(4 час.)

Вопросы для обсуждения:
1. Этапы психологического воздействия рекламы: привлечение внимания, поддержание интереса, пробуждение эмоций, убеждение, принятие решения, действие (совершение покупки).
2. Психологическое, символическое и физиологическое воздействие цвета на зрителя.
3. Структура потребностей и мотивов в телевизионной рекламе с точки зрения психоанализа.
4. Репрезентативные системы в рекламе.

Рекомендуемая литература:
Основная литература к семинару (см. п. 7.1).

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практические занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

6.3.4.5. Тестовые задания (примеры из разных вариантов)

Тестовые задания по дисциплине представлены в комплекте аттестационных педагогических измерительных материалов (АПИМ).

6.3.4.6. Контрольная работа для обучающихся по заочной форме обучения и методические рекомендации по ее выполнению

Контрольная работа учебным планом по заочной форме не предусмотрена.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 05 апреля 2017 г. № 301) и локальными актами (положениями) образовательной организации «Об организации учебной работы» (утв. 25 сентября 2017 г.), «О порядке проведения текущего контроля успеваемости обучающихся» (утв. 25 сентября 2017 г.), «О промежуточной аттестации обучающихся» (утв. 15.02.2016).

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

– перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);

– описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);

– типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации (зачета, экзамена). Обучающийся должен:

–принимать участие в семинарских занятиях;

–своевременно выполнять самостоятельные задания.

4. Во время промежуточной аттестации используются:

– бланки билетов (установленного образца);

– список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на зачет;

– описание шкал оценивания;

– справочные, методические и иные материалы.

5. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптируются за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины[2]

7.1. Основная учебная литература

1. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы [Текст] : учеб. / Ф. Г. Панкратов, Баженов, Ю. К., Шахурин, В. Г. – 10-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К*, 2008. – 532 с.
2. Ушанов, П.В. Реклама в телевизионной программе [Электронный ресурс] : учебное пособие / П.В. Ушанов. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2012. — 50 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/72766 . — Загл. с экрана

7.2. Дополнительная литература

1. Мастерство продюсера кино и телевидения [Электронный ресурс] : учебник / ред.: П.К. Огурчиков, ред.: В.В. Падейский, ред.: В.И. Сидоренко .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015 .— 861 с. — (Медиаобразование) .— ISBN 978-5-238-01329-9 .— Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/352179

2. Полукаров, В. Л. Телевизионная реклама: принципы бизнеса [Текст] / В. Л. Полукаров ; Ин-т повыш. квалиф. работников телевидения и радиовещания. – Москва : [б. и.], 2002. – 90 с.

3. Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама [Текст] : секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. – Москва : Дашков и К*, 2009. – 144 с.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее – сеть Интернет), необходимых для освоения дисциплины

1. http://www.advertiser-school.ru/ – Интернет-портал «Школа рекламиста». Дата обращения: 18.01.2019.
2. http://adindustry.ru/advertising-theory – Информационно-справочный портал «Индустрия рекламы». Дата обращения: 18.01.2019.
3. http://www.nazaykin.ru/catalog/ru/_teoria.htm – Книги о теории и практики рекламы. Дата обращения: 18.01.2019.

[2]Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение обучающимися учебной дисциплины «Теория рекламы на телевидении» предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения семинарских занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание.

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы, обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. Для успешной подготовки к семинарским занятиям обучающиеся в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Индустрия рекламы», «Рекламные идеи».

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Индустрия рекламы», «Рекламные идеи» (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5.Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Таблица 13

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)

Зачет и экзамен	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Зачеты служат формой проверки качества выполнения обучающимися учебных работ, усвоения учебного материала практических и семинарских занятий. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Кейс-задача	Проблемное задание, в котором, обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы в соответствующей области.	Текущий (в рамках практического занятия или сам. работы)
Конспекты	Вид письменной работы для закрепления и проверки знаний, основанный на умении «сворачивать информацию», выделять главное.	Текущий (в рамках лекционных занятия или сам.работы)
Рабочая тетрадь (в рамках практического занятия или сам.работы)	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Текущий (в рамках сам.работы)
Семинар	Один из основных методов обсуждения учебного материала и инструмент оценки степени его усвоения. Семинары проводятся по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы с целью углубленного изучения дисциплины, привития обучающимся навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования и развития научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение.	Текущий
Творческое задание	Учебные задания, требующие от обучающихся не простого воспроизводства информации, а творчества, поскольку содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов в решении поставленной в задании проблемы. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Текущий (в рамках самостоятельной работы, практического занятия)

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

По дисциплине «Теория рекламы на телевидении» используются следующие информационные технологии:

– проведение аудиторных занятий с использованием слайд-презентаций;

– демонстрация графических объектов, видео-, аудиоматериалов;
– офисные программы: Windows, Microsoft Office 2007, Adobe Reader 9.0;
– специализированные программы: Media Player Classic.
– база данных: Polpred.com. Обзор СМИ. Россия и зарубежье – Режим доступа: http://polpred.com/news

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

11. 1. Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации дисциплины

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

11.2. Учебно-лабораторная база для проведения учебных занятий

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

12. Иные сведения и материалы

12.1. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 55.05.01 Режиссура кино и телевидения реализация компетентностного подхода с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в сочетании с внеаудиторной работой предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм.

Таблица 14

Использование технологий активного и интерактивного обучения

№ п/п	Вид учебных занятий	Технологии активного и интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Лекционные занятия	Демонстрация учебных фильмов и видео-лекций о теории телевизионной рекламы	10
2	Лекционные занятия	Демонстрация и анализ телевизи-	2

		онной рекламы	
3	Семинарские занятия	Просмотр и коллективное обсуждение видео-работ обучающихся	10
Всего из 36 аудиторных часов на интерактивные формы приходится			22

Таким образом, удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины и в целом в учебном процессе составляет 61% от общего числа аудиторных занятий.

В рамках дисциплины предусмотрены встречи:

Таблица 15

№ п/п	ФИО	Место работы, должность
1	Кредшев А.	Рекламное агентство «Global Media», генеральный директор
2	Токарева Л.	Рекламное агентство «INDIGO», менеджер проектов

Занятия лекционного типа по дисциплине «Теория рекламы на телевидении» для обучающихся составляют 55,5% аудиторных занятий.

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины «Теория рекламы на телевидении» по специальности 55.05.01 Режиссура кино и телевидения внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола	Номер и наименование раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2017–2018	Протокол №01 от 18.09.2017	7.2. Дополнительная литература	Внесены изменения
		10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	Обновлены лицензионное программное обеспечение и база данных
2018–2019	Протокол № 01 от 31.08.2018	8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Внесены изменения
		10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	Обновлены лицензионное программное обеспечение и база данных
2019–2020	Протокол № 01 от 30.08.2019	10 7.1 7.2	Внесены изменения
2020–2021	Протокол № дд.мм.гггг		

Учебное издание

Автор-составитель
Артем Анатольевич **Инглин**

ТЕОРИЯ РЕКЛАМЫ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Рабочая программа дисциплины
по специальности 55.05.01 Режиссура кино и телевидения

Уровень высшего образования: специалитет
Программа подготовки: специалитет
Специализация «Режиссер телевизионных фильмов, телепрограмм, педагог»
Квалификация: Режиссер телевизионных программ. Педагог

Форма обучения: очная
срок изучения – 8 семестр
Форма обучения: заочная
срок изучения – 8 семестр

Печатается в авторской редакции

Подписано к печати
Формат 60х84/16 *Объем п. л.*
Заказ *Тираж 100 экз.*

Челябинский государственный институт культуры
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а

Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф