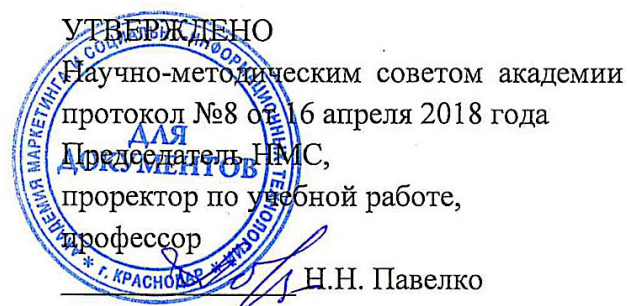


Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий –  
ИМСИТ»  
(г. Краснодар)

Факультет менеджмента

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций



**Б1.В.ДВ.03.01**

**Слоган и текст в рекламе**

рабочая программа по дисциплине  
для студентов направления подготовки  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) образовательной программы  
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**квалификация (степень) выпускника  
«БАКАЛАВР»**

Краснодар  
2018

Рабочая программа дисциплины «Слоган и текст в рекламе» разработана к ф. н., доцентом Г.Н. Немец

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. N 997.

Составитель:  
к.ф.н., доцент

Г.Н. Немец

Зав. кафедрой ТСиДК, к.с.н., доцент

Н.И. Севрюгина

Рабочая программа утверждена на заседании Научно-методического совета Академии «16» апреля 2018г., протокол № 8.

Согласовано:  
Проректор по качеству образования,  
доцент

К.В. Писаренко

Рецензенты:

**А.А. Луговой** директор по маркетингу группы компаний «Р-класс»

**И.О. Никулин** кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО КубГУ

## Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.....	4
3 Требования к результатам освоения содержания дисциплины.....	5
4 Содержание и структура дисциплины(модуля).....	7
4.1 Содержание разделов дисциплины.....	7
4.2 Структура дисциплины.....	9
4.3 Занятия лекционного типа	12
4.4 Занятия семинарского типа	12
4.5 Курсовой проект (курсовая работа).....	13
4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины.....	13
5 Образовательные технологии.....	15
5.1 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях.....	27
6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	28
7 Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).....	30
7.1 Основная литература.....	30
7.2 Дополнительная литература.....	30
7.3 Периодические издания.....	30
7.4 Интернет-ресурсы.....	31
7.5 Методические указания к лабораторным занятиям.....	31
7.6 Методические указания по видам занятий.....	31
7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы.....	32
7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий.....	34
8 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	35
9 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	36

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель освоения дисциплины** «Слоган и текст в рекламе» – научить обучающихся не только анализировать уже созданные рекламные тексты, но и изучить систему разработки рекламных фраз; подготовить обучающихся к рекламному творчеству и, в конечном результате, к успешной профессиональной деятельности рекламиста.

Для достижения указанной цели в ходе освоения дисциплины должны быть решены следующие **задачи**:

- изучение методов, приемов, особенностей составления рекламного текста;
- знакомство со стратегией и приемами его создания, а также развитие творческих способностей обучающихся, воспитание у них творческого отношения к работе.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Слоган и текст в рекламе» относится к вариативной части Блок 1 основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Содержание дисциплины разработано в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Освоение дисциплины «Слоган и текст в рекламе» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, область **профессиональной деятельности** которых включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

Освоение дисциплины «Слоган и текст в рекламе» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, **объектами профессиональной деятельности** которых являются:

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

Освоение дисциплины «Слоган и текст в рекламе» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, подготовленных к решению ряда следующих **профессиональных задач** в соответствии с **видами профессиональной деятельности**, на которые ориентирована ОПОП:

### 1) коммуникационная деятельность:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

### 2) рекламно-информационная деятельность:

– разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

**3) информационно-технологическая деятельность:**

– участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

– участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

– участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Пороговый (входной) уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемый для формирования компетенций необходимых для освоения программы дисциплины «Слоган и текст в рекламе» связан с дисциплинами и междисциплинарными связями, обеспечивающими формирование компетенций, необходимыми для освоения программы дисциплины «Слоган и текст в рекламе».

**Логическая и содержательно-методическая взаимосвязь с другими частями ОПОП ВО (дисциплинами, модулями, практиками)**

<b>Наименование дисциплин</b>	<b>Формируемые компетенции</b>
Теория и практика массовой коммуникации	ОПК-1
Интертекст и библиографическая культура	ПК-16
Стилистика и литературное редактирование	ОПК-3; ПК-16
Введение в профессию	ОПК-1; ОПК-3; ПК-8
Работа с медиатекстами	ОПК-1; ОПК-3; ПК-16
Основы журналистики	ОПК-1; ОПК-3

Междисциплинарные контрольные задания и материалы, необходимые для оценки порогового (входного) уровня знаний, умений и навыков, необходимых для формирования компетенции в процессе освоения программы дисциплины «Слоган и текст в рекламе» представлены в комплекте оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной форме.

**3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**а) общепрофессиональные компетенции:**

**ОПК-1** способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен

**знать:**

- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

**уметь:**

- организовать структурные подразделения в области рекламы и связей с общественностью;

**владеть:**

- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью.

**ОПК - 3** обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен

**знать:**

- основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга;

**уметь:**

- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;

**владеть:**

- навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их

**б) профессиональные компетенции:**

**ПК-8** - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен

**знать:**

- специфику производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

**уметь:**

- под контролем организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

**владеть:**

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

**ПК-16** - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен

**знать:**

- специфику производства и распространения рекламной продукции;

**уметь:**

- под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

**владеть:**

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

В результате изучения дисциплины «Слоган и текст в рекламе» обучающийся должен:

**Знать:**

- специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

**Уметь:**

- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;
- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

**Владеть:**

- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

## 4. Содержание и структура дисциплины

### 4.1 Содержание разделов дисциплины

Таблица 1 — Содержание разделов дисциплины

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5
1	Входной контроль	Понятие «рекламный текст». Место рекламы в культуре 21 века.	Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-3;

	знаний. Тема 1. Введение. Понятие рекламного текста	Междисциплинарные связи «Рекламного текста»	Темы рефератов. Тест по разделу.	ПК-8; ПК-16
2	Тема 2. Реклама и риторика	Логика и аргументация в рекламном тексте. Рекламный текст как коммуникативная единица. Семиотика рекламного текста.	Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16
3.	Тема 3. Реклама как дискурс	Типы рекламных текстов с точки зрения цели: информационные, напоминающие, убеждающие и т.д. Функции воздействия рекламных текстов: функция воздействия языка и функция воздействия массовой коммуникации.	Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16
4.	Тема 4. Мифотехнологии и в рекламе	Архетипы в рекламе. Рекламный текст как разновидность современного мифа.	Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16
5.	Тема 5. Различные типы рекламы	Характеристика различных видов рекламы. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы.	Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16
6.	Тема 6. Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста	Тема 6 Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста. Основные принципы составления рекламных текстов. Основные приемы создания рекламного текста. Художественные особенности языка рекламы.	Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16
7	Тема 7. Основные принципы составления рекламных текстов	Особенности языка рекламных заголовков. Особенности языка основного рекламного текста.	Вопросы для устного опроса. Темы рефератов. Тест по разделу.	ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16
8	Тема 8. Основные приемы	Слоган как рекламная константа. Основные этапы создания рекламного текста.	Темы рефератов. Тест по разделу.	ОПК-1; ОПК-3; ПК-8;



создания рекламного текста		Доклад- презентация. Вопросы для устного опроса.	ПК-16
----------------------------------	--	---	-------

## 4.2 Структура дисциплины

Изучение дисциплины осуществляется студентами очной формы обучения (ОФО), ускоренной очной формы обучения (УОФО), заочной формы обучения (ЗФО), ускоренной заочной формы обучения (УЗФО)

Таблица 2 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ОФО

Вид работы	Трудоемкость, часов (зач.ед.)	
	Семестр 5	Всего
<b>Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)</b>	<b>144(4)</b>	<b>144(4)</b>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего</b>	<b>65,3</b>	<b>65,3</b>
Аудиторная работа, всего:	65,3	65,3
<i>Лекции (Л)</i>	32	32
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	32	32
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0
Индивидуальные консультации (ИК)	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КА)	0	0
Консультации перед экзаменом (Конс)	1	1
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0,3	0,3
<b>Самостоятельная работа в семестре, всего:</b>	<b>44</b>	<b>44</b>
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	0	0
Реферат (Р)	4	4
Самостоятельное изучение разделов	16	16
Контрольная работа (КР)	0	0
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	24	24
<b>Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)</b>	<b>34,7</b>	<b>34,7</b>
<b>Вид итогового контроля по дисциплине</b>	экзамен	экзамен

Таблица 3 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ЗФО

Вид работы	Трудоемкость, часов (зач.ед.)	
	Курс 3 сессия 1 сессия 2	Всего

<b>Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)</b>	<b>144(4)</b>	<b>144(4)</b>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего</b>	<b>18,3</b>	<b>18,3</b>
Аудиторная работа, всего:	18,3	18,3
<i>Лекции (Л)</i>	8	8
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	10	10
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0
Индивидуальные консультации (ИК)	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КА)	0	0
Консультации перед экзаменом (Конс)	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0,3	0,3
<b>Самостоятельная работа в семестре, всего:</b>	<b>117</b>	<b>117</b>
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	0	0
Реферат (Р)	7	7
Самостоятельное изучение разделов	50	50
Контрольная работа (КР)	0	0
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	60	60
<b>Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)</b>	<b>8,7</b>	<b>8,7</b>
<b>Вид итогового контроля по дисциплине</b>	экзамен	экзамен

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для очной формы обучения приведено в таблице 4.

Таблица 4 - Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре ОФО

№ Раздела	Наименование разделов	Контактная работа/ контактные часы					Самостоятельная работа	Контроль	
		Всего	Аудиторная работа			Конс, КАЭ			ИК, КА
			Л	ПЗ	ЛР				
1	2		4	5	6	7	8	9	10
1	Входной контроль знаний.  Тема 1. Введение. Понятие рекламного текста.	8	4	4	0	0	0	4	0
2	Тема 2. Реклама и риторика.	8	4	4	0	0	0	4	0
3.	Тема 3. Реклама как дискурс	8	4	4	0	0	0	6	0
4.	Тема 4. Мифотехнологии в рекламе.	8	4	4	0	0	0	6	0
5.	Тема 5. Различные типы рекламы.	8	4	4	0	0	0	6	0
6.	Тема 6. Стилистика	8	4	4	0	0	0	6	0

	рекламы. Художественная ценность рекламного текста								
7.	Тема 7. Основные принципы составления рекламных текстов.	8	4	4	0	0	0	6	0
8	Тема 8. Основные приемы создания рекламного текста	8	4	4	0	0	0	6	0
	<i>Итого: 144</i>	64	32	32	0	1,3	0	44	34,7
	<i>Всего: 144</i>	64	32	32	0	1,3	0	44	34,7

Таблица 5 - Разделы дисциплины, изучаемые на 3 курсе ЗФО

№ Разд ела	Наименование разделов	Контактная работа/ контактные часы						Самос тоятел ьная работа	Кон трол ь
		Всего	Аудиторная работа			Конс, КАЭ	ИК, КА		
			Л	ПЗ	ЛР				
1	2		4	5	6	7	8	9	10
1	Входной контроль знаний.  Тема 1. Введение. Понятие рекламного текста.	3	1	2	0	0	0	14	0
2	Тема 2. Реклама и риторика.	3	1	2	0	0	0	16	0
3.	Тема 3. Реклама как дискурс	2	1	1	0	0	0	14	0
4.	Тема 4. Мифотехнологии в рекламе.	2	1	1	0	0	0	16	0
5.	Тема 5. Различные типы рекламы.	2	1	1	0	0	0	14	0
6.	Тема 6. Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста	2	1	1	0	0	0	16	0
7.	Тема 7. Основные принципы составления рекламных текстов.	2	1	1	0	0	0	14	0
8	Тема 8. Основные приемы создания рекламного текста	2	1	1	0	0	0	13	0
	<i>Итого: 144</i>	18	8	10	0	0,3	0	117	8,7
	<i>Всего: 144</i>	18	8	10	0	0,3	0	117	8,7

#### **4.3 Занятия лекционного типа**

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций и иных учебных занятий, предусматривающих преимущественную передачу учебной информации научно-педагогическими работниками академии.

По дисциплине «Слоган и текст в рекламе» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций.

#### **4.4 Занятия семинарского типа**

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия семинарского типа проводятся в форме: семинаров, практических занятий, практикумов, лабораторные работы, коллоквиумов.

По дисциплине «Слоган и текст в рекламе» занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий.

*Практическое занятие* — это одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного теоретического материала, его более глубокое усвоение и формирование умения применять теоретические знания в практических, прикладных целях. Особое внимание на практических занятиях уделяется выработке учебных или профессиональных навыков. Такие навыки формируются в процессе выполнения конкретных заданий — упражнений, задач и т. п. — под руководством и контролем преподавателя.

#### **Содержание и структура дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины**

Тема 1. Введение. Входной контроль знаний. Понятие делового общения.

Понятие «рекламный текст».

Место рекламы в культуре 21 века.

Междисциплинарные связи «Рекламного текста»

Тема 2. Реклама и риторика.

Логика и аргументация в рекламном тексте.

Рекламный текст как коммуникативная единица.

Семиотика рекламного текста.

Тема 3. Реклама как дискурс.

Типы рекламных текстов с точки зрения цели: информационные, напоминающие, убеждающие и т.д.

Функции воздействия рекламных текстов: функция воздействия языка и функция воздействия массовой коммуникации.

Тема 4. Мифотехнологии в рекламе.

Архетипы в рекламе.

Рекламный текст как разновидность современного мифа.

Тема 5. Различные типы рекламы.

Характеристика различных видов рекламы.

Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы.

Тема 6. Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста.

Основные принципы составления рекламных текстов.

Основные приемы создания рекламного текста.

Художественные особенности языка рекламы.

Тема 7. Основные принципы составления рекламных текстов.

Особенности языка рекламных заголовков.

Особенности языка основного рекламного текста.

Тема 8. Основные приемы создания рекламного текста. Слоган как рекламная константа.

Основные этапы создания рекламного текста.

Основным видом освоения дисциплины «Слоган и текст в рекламе» являются практические занятия, выполняемые на аудиторных занятиях и задания, выполняемые самостоятельно. Учебный материал дисциплины разделен на логически завершённые разделы, после изучения которых, предусматривается выполнение тестовых и практических заданий, выступление с устными сообщениями.

Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их практические возможности: умение ориентироваться в специальной литературе, анализировать и разрешать практические ситуации в различных сферах рекламной деятельности. Каждый модуль учебной дисциплины включает обязательные виды работ – ПЛЗ (посещение лекционных занятий), ТПЗ (выполнение тестовых и практических заданий), выступление с сообщением (ВС), итоговый опрос по всем разделам (ИО).

Форма текущего контроля знаний - оценка работы обучающихся на практическом занятии, опрос-обсуждение контрольных вопросов. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.

### **Рекомендации по оцениванию устных ответов, обучающихся на аудиторных практических (семинарских) занятиях**

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы в начале каждого практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

#### **Критерии оценки:**

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется

растянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

#### **4.5 Курсовой проект (курсовая работа)**

В рамках освоения дисциплины «Слоган и текст в рекламе» выполнение курсовых работ не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

#### **4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины**

Самостоятельная работа обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет большое значение в формировании профессиональных компетенций будущего бакалавра. Самостоятельная работа — одна из важнейших форм овладения знаниями. Целью методических рекомендаций является повышение эффективности учебного процесса, благодаря самостоятельной работе, в которой обучающийся становится активным субъектом обучения, что означает:

- способность занимать в обучении активную позицию;
- готовность мобилизовать интеллектуальные и волевые усилия для достижения учебных целей;
- умение проектировать, планировать и прогнозировать учебную деятельность;
- привычку инициировать свою познавательную деятельность на основе внутренней положительной мотивации;
- осознание своих потенциальных учебных возможностей и психологическую готовность составить программу действий по саморазвитию.

Репродуктивная самостоятельная работа

- самостоятельное прочтение, просмотр, конспектирование учебной литературы,
- прослушивание лекций,
- повторение учебного материала и др.

Познавательно-поисковая самостоятельная работа.

- Подготовка сообщений, докладов,
- выступлений на практических занятиях,
- подбор литературы по обозначенным проблемам.

Творческая самостоятельная работа.

- участие в научно-исследовательской работе,
- выполнение специальных практических заданий и др.

Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Слоган и текст в рекламе», необходимо планирование и контроль со стороны преподавателя.

Преподаватель:

- объясняет цель и смысл выполнения СР;
- дает развернутый или краткий инструктаж о требованиях, предъявляемых к СР и способах ее выполнения;
- демонстрирует образец СР.

Обучающийся:

- понимает и принимает цель СР как лично значимую;
- знакомится с требованиями к СР.

Преподаватель:

- осуществляет предварительный контроль, предполагающий выявление исходного уровня готовности обучающегося к выполнению СР;

- осуществляет итоговый контроль конечного результата выполнения СР
- осуществляет текущий операционный самоконтроль за ходом выполнения СР;
- выявляет, анализирует и исправляет допущенные ошибки и вносит коррективы в работу, отслеживает ход выполнения СР;

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская деятельность обучающихся, осуществляемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Она включает в себя:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, практическим занятиям) и выполнение соответствующих заданий;
- самостоятельную работу над отдельными частями тем учебной дисциплины в соответствии с учебно-тематическими планами;

Все типы заданий, выполняемых обучающимися, в том числе в процессе самостоятельной работы, так или иначе, содержат установку на приобретение и закрепление правовых знаний, а также на формирование в рамках этих знаний некоторых навыков мыслительных операций - умения оценивать, анализировать, сравнивать, комментировать и т.д.

### **Перечень практических заданий для самостоятельной работы**

1. Специфика российской рекламы.
2. Рекламный текст как форма массовой коммуникации.
3. Структура рекламного обращения.
4. Грамматика и орфография основного рекламного текста.
5. Подходы, используемые при создании рекламных текстов.
6. Эхо-фраза печатной рекламы.
7. Фактический подход и подход с выдумкой при создании рекламных текстов.
8. Эмоциональный подход при создании рекламных текстов. Повествовательный, диалогический, метафорический стили.
9. Сравнительный подход при создании рекламных текстов.
10. Концепции рекламного творчества.
11. Визуальные образы в рекламе.
12. Творчество в составлении текстов рекламных обращений.

Таблица 6 — Самостоятельное изучение разделов дисциплины по очной форме обучения

№	Вид работы	Вид контроля	ч./з.е
1	Самостоятельное изучение разделов	Контрольный опрос (устный). Индивидуальное собеседование	20/0,5
2	Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	Просмотр и обсуждение практических заданий	24/0,7
	Итого:		44/1,2

Таблица 7 — Самостоятельное изучение разделов дисциплины по заочной форме обучения

№	Вид работы	Вид контроля	ч./з.е
1	Самостоятельное изучение разделов	Контрольная домашняя работа. Индивидуальное собеседование	57/1,5
2	Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	Просмотр и обсуждение практических заданий	60/1,7
	Итого:		117/3,2

## 5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (тренингов, деловых игр, разбор конкретных ситуаций и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

При проведении занятий используются традиционные образовательные технологии, предполагающие прямую трансляцию знаний от преподавателя к обучающемуся (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность обучающегося носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер. К ним относятся следующие.

**Информационная лекция** – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

**Семинар** – эвристическая беседа преподавателя и студентов, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы.

**Практическое занятие** – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

Используются **технологии проблемного обучения**: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума и технологии проблемного обучения.

Используются **технологии проектного обучения** – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно-познавательную деятельность группы обучающихся, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов, определение принципов и методик решения поставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлексия.



Таблица 8 – Образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы, применяемые для освоения дисциплины «Слоган и текст в рекламе»

№ Раз дела, темы	Раздел дисциплины, темы*	Виды	работ	Код компете нции	Конкретизация компетенций (знания, умения, навыки)
		Контактная (аудиторная)	СРС		
1	Входной контроль знаний.  Тема 1. Введение. Понятие рекламного текста	Лекции практические занятия	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практических работ	ОПК-1 ОПК-3 ПК-8 ПК-16	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;</li> <li>- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</li> </ul>
2	Тема 2. Реклама и	Лекции практические	Проработка и	ОПК-1 ОПК-3	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику профессиональных</li> </ul>

	риторика	е занятия	повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практически х работ	ПК-8 ПК-16	<p>функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</p> <p>- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;</p> <p>– планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>- знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>
3	Тема 3. Реклама как дискурс	Лекции практически е занятия	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практически х работ	ОПК-1 ОПК-3 ПК-8 ПК-16	<p><b>Знать:</b></p> <p>- специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</p> <p>- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с</p>

					<p>общественностью.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;</li> <li>– планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</li> </ul>
4	Тема 4. Мифотехнологии в рекламе	Лекции и практические занятия (семинары)	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практических работ	ОПК-1 ОПК-3 ПК-8 ПК-16	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;</li> <li>– планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>- осуществлять</li> </ul>

					<p>профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</li> </ul>
5	Тема 5. Различные типы рекламы	Лекции и практические занятия (семинары)	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практических работ	ОПК-1 ОПК-3 ПК-8 ПК-16	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;</li> <li>- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с</li> </ul>

					<p>общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</li> </ul>
6	<p>Тема 6. Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста</p>	<p>Лекции практически е занятия (семинары)</p>		<p>ОПК-1 ОПК-3 ПК-8 ПК-16</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;</li> <li>- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- знаниями и навыками</li> </ul>

					планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.
7	Тема 7. Основные принципы составления рекламных текстов	Лекции практические занятия (семинары)		ОПК-1 ОПК-3 ПК-8 ПК-16	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;</li> <li>- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</li> </ul>

8	Тема 8. Основные приемы создания рекламного текста	Лекции практически е занятия (семинары)	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практически х работ	ОПК-1 ОПК-3 ПК-8 ПК-16	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;</li> <li>- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</li> </ul>
---	--	---	---	---------------------------------	--

Таблица 9 — Оценка уровня сформированности компетенций в процессе освоения программы дисциплины «Слоган и текст в рекламе»

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Критерии оценивания компетенций</b>	<b>Шкала оценивания</b>
<b>ОПК-1</b> - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в		

области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовать структурные подразделения в области рекламы и связей с общественностью;</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью.</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> </ul>	<i>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</i>
	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовать структурные подразделения в области рекламы и связей с общественностью;</li> </ul>	<i>Средний уровень (хорошо)</i>
	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовать структурные подразделения в области рекламы и связей с общественностью;</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью.</li> </ul>	<i>Высокий уровень (отлично)</i>
<b>ОПК - 3</b> обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга		
<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их;</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания текстов</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью;</li> </ul>	<i>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</i>
	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно</li> </ul>	<i>Средний уровень (хорошо)</i>



рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их	редактировать их; <b>владеть:</b> - навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью	
	<b>знать:</b> - основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга; <b>уметь:</b> - создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их; <b>владеть:</b> - навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их	<i><b>Высокий уровень (отлично)</b></i>
<b>ПК-8</b> - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		
<b>знать:</b> - специфику производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; <b>уметь:</b> - под контролем организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; <b>владеть:</b> - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и	<b>знать:</b> - специфику производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; <b>уметь:</b> - под контролем организовывать подготовку к выпуску	<i><b>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</b></i>
	<b>знать:</b> - специфику производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; <b>уметь:</b> - под контролем организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; <b>владеть:</b> - способностью организовывать подготовку к	<b>знать:</b> - специфику производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; <b>уметь:</b> - под контролем организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; <b>владеть:</b> - способностью организовывать подготовку к

<p>распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>	<p>выпуску</p> <p><b>знать:</b> - специфику производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;</p> <p><b>уметь:</b> - под контролем организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p><b>владеть:</b> - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>	<p><i><b>Высокий уровень (отлично)</b></i></p>
<p><b>ПК-16</b> - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</p>		
<p><b>знать:</b> - специфику производства и распространения рекламной продукции;</p> <p><b>уметь:</b> - под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;</p> <p><b>владеть:</b> - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и</p>	<p><b>знать:</b> - специфику производства и распространения рекламной продукции;</p> <p><b>уметь:</b> - под контролем осуществлять подготовку к выпуску</p>	<p><i><b>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</b></i></p>
<p><b>владеть:</b> - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и</p>	<p><b>знать:</b> - специфику производства и распространения рекламной продукции;</p> <p><b>уметь:</b> - под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;</p> <p><b>владеть:</b> - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску.</p>	<p><i><b>Средний уровень (хорошо)</b></i></p>

распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.	<p><b>знать:</b></p> <p>- специфику производства и распространения рекламной продукции;</p> <p><b>уметь:</b></p> <p>- под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;</p> <p><b>владеть:</b></p> <p>- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p>	<p><b>Высокий уровень</b></p> <p><b>(отлично)</b></p>
--	--	---

### 5.1. Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Организация образовательного процесса дисциплины «Слоган и текст в рекламе» предполагает активное взаимодействие педагога и обучающихся в решении учебных задач, достижение на этой основе значимого для них образовательного результата. На занятиях — лекциях используются следующие формы интерактивных технологий: лекция-беседа, лекция-дискуссия, коллективное обсуждение и т.д.

В учебный процесс дисциплины «Слоган и текст в рекламе» включаются также формы информационно-коммуникационных образовательных технологий — организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных продуктов и технических средств работы с информацией.

Принципы форм учебных занятий с использованием информационно - коммуникационных технологий:

лекция-визуализация — изложение содержания сопровождения презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах; в т.ч. иллюстративных, графических, аудио — и видеоматериалов).

Просмотр видеоматериалов. Посещение и участие в научно-практических конференциях - Научные доклады по актуальным вопросам применения слоганов и текстов в рекламе. Привлечение специалистов-практиков для рассмотрения профессиональных вопросов работы с текстами и слоганами в рекламе.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, как указывает ФГОС ВО, должен составлять не менее 20% аудиторных занятий.

Таблица 10 - Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем) по дисциплине «Слоган и текст в рекламе» на очной форме обучения

Семестр 5	Вид занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
-----------	-------------	---	------------------

	(Л, ПР)		
	ПР	• обсуждение в группах	2
	ПР	• тематическая дискуссия	2
	ПР	• «мозговой штурм»	2
	ПР	• обсуждение в группах	2
	ПР	• коллоквиум	2
	ПР	• творческое задание	2
Итого:			12

Таблица 11 - Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем) по дисциплине «Слоган и текст в рекламе» на заочной форме обучения

Курс 3 Сессия 2	Вид занятия (Л, ПР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
	ПР	• обсуждение в группах	2
	ПР	• тематическая дискуссия	2
Итого:			4

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Для организации контроля знаний обучающихся используется комплект оценочных средств, включающий в себя:

1. Практические аудиторные задания по темам дисциплины.
2. Практические самостоятельные задания по темам дисциплины.
3. Тестовые задания по темам дисциплины.

Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины могут являться устные опросы и собеседования, просмотры выполненных работ и т.д.

Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения обучающихся в изучении материала, а с другой стороны – показать эффективность выбранных средств и методов обучения.

Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела текущего контроля могут являться коллоквиумы, выставки практических заданий, просмотр выполненных работ с проведением коллективной рефлексии-обсуждения, анализ конкретных профессиональных ситуаций, мониторинг результатов семинарских и практических занятий и др. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация экзамен - направлен на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом. Фонд оценочных средств согласно установленного порядка прилагается. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, осваивающих дисциплину «Слоган и текст в рекламе».

### **Перечень видов и форм контроля дисциплины:**

- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий;
- контрольный опрос (устный);
- реферат;
- тестовые задания.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Оценочные средства по дисциплине размещены в электронной образовательной среде академии. Комплект оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной форме прилагается.

### **Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Слоган и текст в рекламе»**

1. Сущность рекламной деятельности: цели, задачи, объект, предмет.
2. Функции рекламы.
3. Цели рекламы.
4. Сферы рекламной деятельности, социальная реклама.
5. Субъекты рекламной деятельности.
6. Рекламный менеджмент: выбор оптимальных управленческих решений.
7. Роль рекламы и межпредметные связи.
8. История создания рекламы и этапы развития рекламы.
9. Этапы возникновения и развития рекламы в Западной Европе, США и в России.
10. Рекламные исследования и сбор информации.
11. Методы рекламных исследований.
12. Мотивации адресата.
13. Определение целей и задач рекламной стратегии.
14. Основные составляющие рекламной стратегии
15. Реклама как основное средство маркетинговой коммуникации.
16. Сотрудники отделов рекламы по работе с клиентами, по закупке и планированию размещения рекламы, творческие структуры и по изготовлению носителей рекламы.
17. Коммуникативная эффективность рекламного текста.
18. Средства маркетинговых коммуникаций: прямой маркетинг (директ-маркетинг, директ мейл маркетинг, телемаркетинг), паблик рилейшнз; стимулирование сбыта сейл-промоушн и другие.
19. Средства передачи рекламного обращения.
20. Конструирование рекламных сюжетов. Приемы фантазирования и мозгового штурма.
21. Особенности построения рекламного сообщения.
22. Потребительские предрассудки.
23. Основные типы рекламных текстов и объявлений. Требования к ним.
24. Специфика применения рекламы в прессе.
25. Создание рекламы как творческий процесс. Творческие стили.
26. Понятие брифа. Типы брифов.
27. Печатные рекламные материалы. Выделить их специфические особенности.
28. Особенности аудиовизуальной рекламы. Выделите ее основные виды.
29. Роль выставок и ярмарок в арсенале средств рекламного воздействия.
30. Специфика наружной рекламы.
31. Мерчандайзинг
32. Преимущества и недостатки основных средств в распространении рекламы.

33. Стратегия позиционирования и ее приемы.
34. Законы о рекламе.
35. Общие и специальные требования, определенные Федеральным законом о рекламе.
36. Психологическая и экономическая эффективность применения средств рекламы
37. Глобализация рекламы.
38. Локальные, этнические мотивы в рекламе.
39. Этика и мораль в рекламе.
40. Рекламный бюджет.
41. Товарный знак и фирменный стиль.
42. Брендинг.
43. Поиск идеи рекламного обращения.
44. Конкретизация целевых сегментов.
45. Спонсорство и благотворительность.
46. Технология работы рекламного агентства.
47. Организация фирмы-рекламодателя: функции и факторы, влияющие на организационную структуру.
48. Критерии при выборе «своего» рекламного агентства.
49. Анализ медиаканалов.
50. Уровни и виды контроля рекламной деятельности.

## **7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)**

Дисциплина «Слоган и текст в рекламе» обеспечивается необходимой учебной, учебно-методической и специализированной литературой.

### **7.1 Основная литература**

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии- 2-е изд. / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. — 131 с. с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046>
2. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) "Реклама" / Бернадская Ю.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883115>
3. Бернадская Ю.С. Звук в рекламе : Учебное пособие / Бернадская Ю.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 135 с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872656>
4. Шамина И.С. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / Шамина И.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 260 с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=989628>

### **7.2 Дополнительная литература.**

1. Веселова Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат / Веселова Ю.В., Семенов О.Г. - Новосибир.: НГТУ, 2012. - 104 с  
Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=910391>
2. Пономарева А.М. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=910391>
3. Назайкин А.Н. Копирайтинг: 7+. Как создать тексты для литературы, кино, рекламы, СМИ, деловых коммуникаций, PR: учеб. Пособие.- М.: Университетская книга, 2017.- 314 с.  
(Печатная версия 1 шт.)

### 7.3 Периодические издания

1. PR в России-<http://elibrary.ru>
2. PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект- <http://elibrary.ru>
3. Гуманитарные исследования- <http://znanium.com/>

### 7.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ИНИОН – <http://www.inion.ru>
2. Российская государственная библиотека – <http://www.rsl.ru>
3. Библиотека М. Мошкова – <http://www.lib.ru>
4. Московский научный общественный фонд – <http://www.mpst.org>
5. Национальная электронная библиотека - <http://nel.nns.ru>
6. Библиографическая поисковая система «Букинист» - <http://bukinist.agava.ru>
7. Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть – <http://www.libweb.ru>
8. Научная электронная библиотека- [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

### 7.5 Методические указания к лабораторным занятиям

В рамках освоения дисциплины « Слоган и текст в рекламе» проведение лабораторных занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

### 7.6 Методические указания и материалы по видам занятий

Таблица 12 - Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Слоган и текст в рекламе»

Вид учебных занятий, работ	Организация деятельности обучающегося
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы,

	формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.
Домашние задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Учебный материал по дисциплине «Слоган и текст в рекламе» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых, предусматривается опрос и выполнение практических заданий. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.

### 7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

**Реферат** — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противоположного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном



поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

### **Методические рекомендации по написанию реферата**

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

### **Требования к оформлению реферата**

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность

преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanCyr или ArialCyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

#### **Критерии оценки:**

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

#### **Примерная тематика рефератов по дисциплине «Слоган и текст в рекламе»**

1. Специфика российской рекламы.
2. Рекламный текст как форма массовой коммуникации.
3. Структура рекламного обращения.
4. Грамматика и орфография основного рекламного текста.
5. Подходы, используемые при создании рекламных текстов.
6. Эхо-фраза печатной рекламы.
7. Фактический подход и подход с выдумкой при создании рекламных текстов.
8. Эмоциональный подход при создании рекламных текстов. Повествовательный, диалогический, метафорический стили.
9. Сравнительный подход при создании рекламных текстов.
10. Концепции рекламного творчества.
11. Визуальные образы в рекламе.
12. Творчество в составлении текстов рекламных обращений.

## 7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и программными продуктами. Содержание представлено в локальной сети вуза. Предполагается использование доступных Интернет-ресурсов через поисковые системы: Яндекс, Google.

Таблица 13 - Возможность доступа обучающихся к электронным ресурсам учебно-методических документов

№	Наименование электронного ресурса	Принадлежность	Ссылка на ресурс	Наименование организации-владельца, реквизиты договора на использование	Доступность
1	2	3	4	5	6
1.	Web-ресурс «Электронная образовательная среда»	собственный	<a href="http://185.18.111.102/moodle/index.php">http://185.18.111.102/moodle/index.php</a>	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
2.	Коллекция CD и DVD в фонде научной библиотеке Академии ИМСИТ	собственный	Компакт-диски (CD-ROM и DVD-ROM)	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий»	Полная коллекция - в электронном читальном зале научной библиотеки
3.	«Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM»	сторонний	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	ООО «Научно-издательский центр «ИНФРА-М». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г. Срок действия - до 25.09.2018 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
4.	ЭБС «Айбукс.ru/books.ru»	сторонний	<a href="http://ibooks.ru/">http://ibooks.ru/</a>	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г. Срок действия - до 25.01.2019 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
5.	Электронные Периодические издания	сторонний	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
6.	Справочно-правовая база «Консультант Плюс»	сторонний	Локальная сеть Академии ИМСИТ	Консультант-Плюс в г. Краснодаре Договор о сотрудничестве № ИП-2 от 24.05.2007 г. действует по настоящее время	С компьютеров академии

7.	Web-ресурс «Официальный сайт Академии ИМСИТ»	собственный	<a href="http://imsit.ru">http://imsit.ru</a>	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
8.	Учебно-методические компьютерные комплексы «Диполь» (12 МОДУЛЕЙ)	собственный	Локальная сеть академии PSS:\DIPOL\	Корпорация «Диполь» ЗАО, Договор №24/М от 31 марта 2015 года от поставке учебно-методических компьютерных комплексов	С компьютеров локальной сети академии

## **8. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы, ее визуальный характер, предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, имеется наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и лифтов.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов по следующим видам нарушения здоровья: опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для инвалидов вследствие сердечно-сосудистых заболеваний, оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

## **9. Материально – техническое обеспечение дисциплины**

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер или ноутбук, оборудование мульти-медиа (проектор), доска). Мультимедиа-проектор необходим для демонстрации электронных презентаций по разделам дисциплины.

Перечень электронных ресурсов необходимых для изучения дисциплины представлен в таблице 11.

Таблица 11 - Перечень электронно-библиотечных систем

№	Наименование ресурса	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1	ЭБС Znanium	ООО «ЗНАНИУМ». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г.	с 25.09.2017 г. по 24.09.2018 г.
2	Научная электронная библиотека eLibrary (ринц)	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	бессрочно
3	ЭБС IBooks	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г.	с 25.01.2018 по 25.01.2019 г.
4	ЭБС Book.ru	ООО «КноРус медиа». Договор №18491866 от 26 апреля 2018 г.	Срок действия до 26 апреля 2019 г.

Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине

Перечень лицензионного программного обеспечения, реквизиты подтверждающего документа	
1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium	Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.
2. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт).	Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.
3. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice, Mozilla Firefox	

Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по дисциплине представлен в таблице 13.

Таблица 13 - Перечень средств материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		

Аудитории для проведения занятий лекционного типа (Л)		
ауд. 404, 301-303, 202, 206	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Аудитории для проведения занятий семинарского типа (СТ), курсовых работ (курсовых проектов) (КР), групповых (ГКонс) и индивидуальных консультаций (ИКонс), текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА)		
401,402, 410,412	403, мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерный класс ауд. 114	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 20 компьютеров с выходом в интернет	1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. 2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ) 3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год. 4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.

		<p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft SQL Server 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft SQL Server Management Studio 2017. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>10. CorelDRAW Graphics Suite X5 (15+1шт) Corel License Certificate № 4090614 от 15.03.2012.</p> <p>11. Microsoft Office стандартный 2010 (20шт). Microsoft Open License №48587685 от 27.05.2011.</p> <p>12. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express</p>
--	--	---

		<p>Edition.</p> <p>13. Autodesk 3ds Max 2016. Письмо от 19.08.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>14. Autodesk AutoCAD 2016 — Русский (Russian). Письмо от 19.06.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>15. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>16. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>17. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
<p>Компьютерный класс</p> <p>ауд. 114а</p>	<p>16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 16 компьютеров с выходом в интернет, проектор, проекционный экран, сетевая академия CISCO.</p>	<p>1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017</p>



		<p>(Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>9. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>10. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>11. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
Читальный зал	16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 17	1. ОС – Windows XP Professional RUS. (Коробочная версия Vista Business Starter (17шт.) и Vista Business Russian

	<p>компьютеров с выходом в интернет</p>	<p>Upgrade Academic Open (17шт) - Лицензионный сертификат № 42762122 от 21.09.2007.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Office 2007 Russian. Лицензионный сертификат № 42373687 от 27.06.2007</p> <p>6. Microsoft Project профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visio профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visual Studio 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla</p>
--	---	---

		Firefox, Notepad++, StarUML V1.
Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Кабинет №123а Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Системный блок AMD FX-8120 Монитор «LG L1718S» Системный блок Intel Core 2 CPU 4400 Монитор «BENQ CL2240» Монитор «SAMSUNG 740m» Набор инструментов Паяльная станция Lukey 902 Принтер SAMSUNG ML-1665 Принтер SAMSUNG ML-1615 Коммутатор D-Link 1024D Паяльник 40 Вт дер/ручка D-Link 4-port KVM switch Лампа настольная Колонки «Genius SP-E120» Стол 1-тумбовый Стол 2 тумбовый Стол офисный компьютерный Столик компьютерный Стол 1-тубовый с верхней приставкой Стулья тканевые на металокаркасе Стул ИЗО на металокаркасе Пылесос «SUPRA 1800W» Шуруповерт «Hitachi ds12dvf3» Наушники «SVEN AP-860»	Windows 7 Professional Microsoft Open License 48587685 от 02.06.2011 Microsoft Office 2007 Professional Plus Microsoft Open License 42060616 от 20.04.2007 Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, LibreOffice, CDBurnerXP, Java 8, K-Lite Mega Codec Pack, PDF24 Creator, CCleaner, Google Chrome Canary, ICQ, Notepad++, OCS Inventory NG, OCS Inventory NG Agent, Oracle VM VirtualBox 5.2.12, QIP, Zeal Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017 Консоль администрирования Kaspersky Security Center 10 АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017 Kaspersky Endpoint Security 11 для Windows [Русский] АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017 Агент администрирования Kaspersky Security Center 10 АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017 ПАРУС-Бюджет 8.5.6.1 Договор № 001-1 от 09.01.2017, Товарная накладная №1 от 23.01.2017 Windows 7 Professional Microsoft Open License 48587685 от 02.06.2011 Microsoft Office 2007 Professional Plus Microsoft Open License 42060616 от 20.04.2007 Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, LibreOffice, Mozilla

		<p>Firefox, , Java 8, K-Lite Mega Codec Pack, PDF24 Creator, FusionInventory Agent, Google Chrome, Notepad++, Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>Рабочее место ПАРУС Договор № 001-1 от 09.01.2017, Товарная накладная №1 от 23.01.2017</p> <p>Kaspersky Endpoint Security 11 для Windows [Русский] АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017</p> <p>Агент администрирования Kaspersky Security Center 10 АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017</p> <p>Microsoft Visual Studio 2017 Подписка Microsoft Imagine Premium – Invoice № 9551608780 от 30 августа 2018г.</p>
<p>Кабинет №127 Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p>	<p>Парта Стул ИЗО на металокаркасе Набор инструментов Пылесос «RSE 1400»</p>	<p>нет</p>
<p>Кабинет №124 Кластерная лаборатория Серверный центр</p>	<p>Стойка серверная Управляющий узел кластера I500PX-S5380\ Xeon E5345\ DDR-2-667-8192Mb\WD5001ABYS Рабочий узел кластера I500PX-S5380\ Xeon E5345\ DDR-2-667-8192Mb\WD800JD\ - 13 шт Серверный узел Spectrus I500PX-S5380\ Xeon E5345\ DDR-2-667-8192Mb Серверный узел I500PX-S5380\ Xeon E5345\ DDR-2-667-8192Mb\</p> <p>Серверный узел I500PX-S5380\ Xeon E5345\ DDR-2-667-8192Mb\</p> <p>Серверный узел I500PX-S5380\ Xeon E5345\ DDR-2-667-8192Mb\</p>	<p>Open SuSe Linux Open Source Windows Server 2003 R2 Standart - Microsoft Open License № 42060616 от 20.04.2007 Microsoft SQL Server 2008 R2 Подписка Microsoft Imagine Premium – Invoice № 9551608780 от 30 августа 2018г. FreeWare, OpenSource, программное обеспечение по лицензиям GNU GPL7: 7zip Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows [Русский] АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017 Агент администрирования Kaspersky Security Center 10 АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ №</p>

	<p>ИБП Ippon SmartPower Pro 1000 VA  Сетевое хранилище данных NAS NetGear  Монитор Acer V193  Клавиатура, мышь  Веб-камера Logitech HD WebCam C525 1280*720 MicUSB - 2 шт  Шкаф 2-х дверный архивный металл. - 2шт  Сплит система AirWell  Сплит-система Lessar  Система контроля доступа СКАТ 1200 И7</p>	<p>Tr046356 от 04.08.2017  10-Strike File search pro –  Лицензионный сертификат от 01.01.2011  Windows Server 2016 Standard -  Microsoft Open License № 68891953 от 2017-09-15  FreeWare, OpenSource,  программное обеспечение по лицензиям GNU GPL7:  7zip  Сервер администрирования Kaspersky Security Center АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017  Microsoft SQL Server 2014 Express АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017  Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows [Русский] АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017  Агент администрирования Kaspersky Security Center 10 АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017  УМКК «Телекоммуникации и сети» Лицензия: С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033  УМКК «Коммутаторы локальных сетей» Лицензия: С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033  УМКК «Электротехника и электроника» Лицензия: С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033  УМКК «Информационные системы в экономике» Лицензия: С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033  УМКК «Корпоративные информационные системы» Лицензия: С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033  УМКК "Моделирование данных" Лицензия: С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033</p>
--	--	--

		<p>УМКК «Управление базами данных» Лицензия: С00001  Номер лицензии:  20030400000000000033</p> <p>УМКК «Сетевые информационные технологии» Лицензия: С00001 Номер лицензии:  20030400000000000033</p> <p>УМКК «Теоретические основы информатики» Лицензия: С00001 Номер лицензии:  20030400000000000033</p> <p>УМКК "Основы алгоритмизации и программирования" Лицензия: С00001 Номер лицензии:  20030400000000000033</p> <p>УМКК "Объектно-ориентированные технологии" Лицензия: С00001 Номер лицензии:  20030400000000000033</p> <p>УМКК «Информационные технологии» Лицензия: С00001 Номер лицензии:  20030400000000000033</p> <p>JetBrains License Service Order №D370369647 от 13.09.2018</p> <p>Autodesk Network License Manager Письмо от 19.08.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>AppWave Enterprise License Center Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>Windows Server 2016 Standard - Microsoft Open License № 68891953 от 2017-09-15</p> <p>FreeWare, OpenSource, программное обеспечение по лицензиям GNU GPL7:</p> <p>7zip</p> <p>Oracle Database 11g Express Edition</p> <p>Java 8</p> <p>Kaspersky Endpoint Security 10</p>
--	--	--

		<p>для Windows [Русский АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017]</p> <p>Агент администрирования Kaspersky Security Center 10 АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017</p> <p>Windows Server 2008 R2 Enterprise - Microsoft Open License № 46794243 от 19.04.2010</p> <p>Traffic inspector Gold Unlimited FreeWare, OpenSource, программное обеспечение по лицензиям GNU GPL7:</p> <p>MySQL Server Community Apache HTTP Server 7zip</p> <p>Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows [Русский] АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017</p> <p>Агент администрирования Kaspersky Security Center 10 АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ № Tr046356 от 04.08.2017</p>
<p>Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций (405)</p>	<p>Системный блок Системный блок P5LD2-SE\Intel(R) Pentium(R) D CPU 3.40GHz\DDR2-667-1024Mb\WDC WD800JD\ATI Radeon X300\Realtek RTL8168 Монитор LG Flatron L1718S Системный блок 5L-MX\Intel(R) Core(TM)2 CPU 4400 2.00GHz\DDR2-667-1024Mb\WDC WD1600AA\Intel(R) 82945\Attansic L1 Gigabit Ethernet Controller Монитор LG Flatron L1718S Системный блок 5L-MX\Intel(R) Core(TM)2 CPU 4400 2.00GHz\DDR2-667-1024Mb\WDC WD800JD\Intel(R) 82945\Attansic L1 Gigabit Ethernet Controller Монитор LG Flatron L1730S МФУ Canon I-Sensys MF3010</p>	<p>Microsoft Windows XP Professional Microsoft Open License 48587685 от 02.06.2011</p> <p>Microsoft Office Professional Plus 2007 Microsoft Open License 42060616 от 20.04.2007</p> <p>Программное обеспечение по лицензии GNU GPL:</p> <p>7-Zip, LibreOffice, Mozilla Firefox, CDBurnerXP, Etxt Antiplagiat, FastStone Image Viewer, Java 8, K-Lite Mega Codec Pack, PDF24 Creator Adobe Flash Player 31 NPAPI. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>Adobe Reader XI. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows [Русский] АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ №</p>

		<p>Tr046356 от 04.08.2017  Агент администрирования  Kaspersky Security Center 10 АКТ  ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ №  Tr046356 от 04.08.2017  5.4.3.2 [Русский]  Microsoft Windows XP  Professional Microsoft Open  License 48587685 от 02.06.2011  Microsoft Office Professional Plus  2007 Microsoft Open License  42060616 от 20.04.2007  Программное обеспечение по  лицензии GNU GPL:  7-Zip, LibreOffice, Mozilla  Firefox, CDBurnerXP, Etxt  Antiplagiat, FastStone Image  Viewer, Java 8, K-Lite Mega  Codec Pack, PDF24 Creator  Adobe Flash Player 31 NPAPI.  Adobe Acrobat Reader DC and  Runtime Software distribution  license agreement for use on  personal computers от 31.01.2017  Adobe Reader XI. Adobe Acrobat  Reader DC and Runtime Software  distribution license agreement for  use on personal computers от  31.01.2017  Kaspersky Endpoint Security 10  для Windows [Русский] АКТ  ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ №  Tr046356 от 04.08.2017  Агент администрирования  Kaspersky Security Center 10 АКТ  ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ №  Tr046356 от 04.08.2017  5.4.3.2 [Русский]</p>
--	--	--