



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

 Д.Л. Лакербай
(подпись)

« 29 » августа 20 17 г.

**Рабочая программа факультативной дисциплины
«Реклама в СМИ»**

Уровень высшего образования:	магистратура
Квалификация выпускника:	магистр
Направление подготовки:	42.04.02 Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы:	Массовое медиаобразование
Тип образовательной программы:	программа академической магистратуры

Иваново, 2017



1. Цели освоения дисциплины

Цель данного факультативного курса – сформировать у магистрантов, обучающихся по образовательной программе 42.04.02 Журналистика, устойчивые представления о смежной сфере деятельности – рекламе, но рассматриваемой в отношениях с основной для обучающихся системе– СМИ.

Цель курса – получение знаний о функционировании рекламы в различных видах СМИ, а также получение профессиональных умений и навыков профессиональной деятельности в области производства рекламного продукта для периодической печати, радио, телевидения и интернет-журналистики.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Реклама в СМИ» относится к факультативной части учебного плана, стыкуясь с такими поддерживающими профиль программы курсами, как «Правовые и этические основы журналистики», «Отечественная медиасистема», «Основы теории журналистики», производственной практикой, практикой по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (журналистской), и подготавливая к восприятию таких курсов, как «Медиаэкономика» и «Медиапроектирование».

Данная дисциплина призвана повысить общую медиакультуру магистрантов, расширить представление о связях журналистики с родственными родами деятельности.

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные особенности всех видов СМИ.

Уметь: выстраивать отношения с аудиторией.

Владеть: основами креативных и медийных технологий.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

б) общепрофессиональные (ОПК-3):

готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положении теории журналистики, понимании спектра функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3);

в) профессиональные (ПК-2):

готовность выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности (ПК-2).

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

истоки, сущность и специфику журналистской профессии, важнейшие социальные роли журналиста, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств журналиста; основные понятия теории журналистики, понимать значение теории для оптимальной организации функционирования СМИ и журналистской деятельности, существующие отечественные и зарубежные теоретические концепции; особенности организации информационного пространства страны и мира; понимать роль СМИ в демократическом обществе как важнейшего социального института, спектр их функций, главные принципы функционирования; представлять смысл рекламы, понимать взаимосвязь рекламы и журналистики как родственных средств социальной коммуникации, роль аудитории в процессе



ее производства и потребления, понимать обусловленность журналистики и рекламы потребностями и интересами аудитории (ОПК-3).

Уметь:

базираться на этих знаниях в своей учебной и профессиональной работе; опираться на использование теоретических знаний в процессе освоения журналистской работы и сопутствующих видов коммуникативной деятельности (ОПК-3, ПК-2).

Владеть:

первичными навыками профессиональной деятельности; способностью на базе положений теории журналистики к созданию медийных проектов повышенной сложности, в том числе включающих элементы рекламирования (ПК-2).

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Реклама в периодической печати	3	2	2	Собеседование
2.	Радиореклама.	3	2	2	Тестирование
3.	Реклама на телевидении	3	2	2	Защита проекта
4.	Интернет-реклама	3	2	2	Тестирование
Итого за семестр:			8	8	Зачет.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очно-заочной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Реклама в периодической печати	3	2	2	Собеседование
2.	Радиореклама.	3	2	2	Тестирование
3.	Реклама на телевидении	3	2	2	Защита проекта
4.	Интернет-реклама	3	2	2	Тестирование
Итого за семестр:			8	8	Зачет.

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Тема 1. Реклама в периодической печати (2 часа)..

Типология периодической печати. Рынок печатных СМИ. Особенности газетно-журнальной рекламы, ее место на рынке рекламных услуг. Специализированная печатная реклама. Формы и тексты печатной рекламы.

Тема 2. Радиореклама (2 часа).



Особенности радиожурналистики. Рынок радиожурналистики. Место радиорекламы на рынке рекламных услуг. Специализированная радиореклама. Формы, жанры и приемы радиорекламы. Рекламные услуги радиожурналистики.

Тема 3. Реклама на телевидении (2 часа)..

Доминанты телевидения как разновидности СМИ. Рынок телекомпаний. Место телевизионной рекламы на рынке рекламных услуг. Специализированная телереклама. Формы, жанры и приемы телевизионной рекламы. Рекламные услуги телевизионных СМИ.

Тема 4. Интернет-реклама (2 часа).

Сетевая журналистика. Рынок интернет-журналистики. Место сетевой рекламы на рынке рекламных услуг. Специализированная интернет-реклама. Формы, жанры и приемы сетевой рекламы. Рекламные услуги интернет-СМИ.

5. Образовательные технологии

При подготовке и в ходе проведения практических занятий используются следующие образовательные технологии:

- смешанного обучения,
- проблемного обучения,
- проектная,
- технология развития критического мышления,
- мультимедиа-технологии,
- технологии визуализации.

Тема 1. Реклама в периодической печати (2 часа).

Рецензирование примеров рекламных текстов в печатных СМИ разной направленности. Деловая игра: планируем рекламный текст на одну и ту же тему в газетах различных сегментов. Разбор и обсуждение различных форм рекламы. Выбор оптимальной формы для конкретного издания (на примерах региональных компаний).

Тема 2. Радиореклама (2 часа).

Рецензирование рекламных радиороликов, роль музыкального оформления в них. Специализированная радиореклама. Обсуждение и подготовка сценария радиорекламы

Тема 3. Реклама на телевидении (2 часа)..

Рецензирование телевизионных рекламных роликов, оценка режиссуры и актерской игры. Специализированная телевизионная реклама. Обсуждение и подготовка проекта телевизионной рекламы.

Тема 4. Интернет-реклама (2 часа).

Использование обычных методов рекламы (offline) и методов рекламы в сети Интернет (online). Визуализация рекламы, создание мультимедийных текстов. Продвижение товара при помощи регистрации в поисковых системах. Исследование различных видов рекламного воздействия на посетителей электронных магазинов и на принятие ими решения о покупке.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

В течение семестра для всех магистрантов проводится ряд общих консультаций по факультативному курсу. На них высказываются методические рекомендации о том, в каких последовательности и формах следует работать, а также даются разъяснения по наиболее сложным вопросам.

Магистранты, обучающиеся на коммерческой основе, и иностранные учащиеся имеют, помимо того, возможности дополнительной подготовки. На индивидуальных занятиях, проводимых в форме собеседований (с использованием тестов), преподаватель способен вносить конкретные коррективы в обучение каждого и одновременно осуществлять контроль над



усвоением основных положений курса. Тематически индивидуальные занятия сосредоточены на вопросах, которые носят в основном теоретический характер, – таких, как «Виды СМИ и особенности рекламы в них»; «Место тех или иных текстов на рынке рекламных услуг»; «Мультимедийный характер интернет-рекламы». Именно по этим темам проводится тестирование.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Критерии оценок на зачете:

«**Зачтено**» выставляется магистранту, если он в целом владеет представлением о рекламе в разных видах СМИ; овладел техникой создания рекламных продуктов; отвечая на зачете, подкрепляет свои тезисы примерами; не ошибается во время тестирования.

«**Не зачтено**» выставляется магистранту, если он не ориентируется в теоретической проблематике; не владеет техникой создания рекламных продуктов; отвечая на зачете, не подкрепляет свои тезисы примерами; ошибается во время тестирования.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

Музыкант, В.Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) : учебное пособие / В.Л. Музыкант, Д.С. Скарнев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 274 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9709-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064>

Шарков, Ф.И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии : учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин ; Международная академия коммунологии. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 304 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03065-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495727>

Дополнительная литература:

Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности : учебное пособие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 208 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-1578-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716>

Цыганков, В.А. Фирменный стиль или корпоративная идентификация : учебное пособие / В.А. Цыганков. - Москва : ООО «Сам Полиграфист», 2015. - 35 с. : ил. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488275>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации: электронные пособия (презентации, электронные словари и т.п.), аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы и т.п.), печатные пособия (таблицы, плакаты, стенды, портреты, схемы и т.п.).



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации: электронные пособия (презентации, электронные словари и т.п.), аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы и т.п.), печатные пособия (таблицы, плакаты, стенды, портреты, схемы и т.п.).

Авторы рабочей программы дисциплины: канд. филос. наук, доц. Докучаев Д.С

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

« 29 » августа 2017 г., протокол № 1

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № 11 от « 22 » мая 20 18 г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия

(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № 10 от « 28 » мая 20 19 г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия

(подпись)