

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 03.06.2025 04:47:34
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет

Менеджмента

Кафедра

Маркетинга и логистики

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

Л.Н. Костина

27.04.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФТД.01

"Креативные рекламные технологии"

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиль "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент"

Квалификация

МАГИСТР

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

2 ЗЕТ

Год начала подготовки по учебному плану

2024

Донецк
2024

Составитель(и):

канд. гос. упр, доцент

_____ А.Ю.Стрижакова

канд. гос. упр, ст.препод.

_____ В.В. Кирьякова

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент

_____ И.М. Ягнюк

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Креативные рекламные технологии" разработана в соответствии с:

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 952 от 12.08.2020 г

Самостоятельно установленным образовательным стандартам по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ ФГБОУ ВО "РАНХиГС" от № 01-3036 от 29.03.2021 г.)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиль "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2024 протокол № 12.

Срок действия программы: 2024-2026

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от 04.04.2024 № 8

Заведующий кафедрой:

канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

_____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2026 г. №__

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2027 г. №__

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2028 г. №__

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
формирование умений разрабатывать и реализовывать креативные рекламные технологии в отношении товаров (услуг, брендов, предприятий)	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
- раскрыть сущность творческого замысла рекламы; - изучить комплекс алгоритмов для профессионального проектирования рекламы; - рассмотреть структурные составляющие креативной рекламы; - изучить различные технологии творческого поиска при разработке рекламной идеи; - определить основные методики поиска творческой идеи в специфичной области разработки рекламной продукции.	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	
<i>1.3.1. Дисциплина "Креативные рекламные технологии" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Бренд территорий	
Методы изучения рынков и маркетинговый анализ	
Интернет-маркетинг	
<i>1.3.2. Дисциплина "Креативные рекламные технологии" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Управление брендом	
Управление продажами	
Преддипломная практика	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПКс-3.2: Способен разрабатывать и применять креативные рекламные технологии</i>	
Знать:	
Уровень 1	методы и инструменты работы с базами данных, виды и особенности организационных структур организаций и сферы ответственности руководителей и специалистов
Уровень 2	методы работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации и креативных рекламных технологий
Уровень 3	маркетинговые программы с использованием креативных рекламных технологий
Уметь:	
Уровень 1	разрабатывать технические задания на создание фирменного стиля организации, бренда с применением креативных рекламных технологий
Уровень 2	разрабатывать программу потребительской лояльности к товарам, услугам, бренда организации
Уровень 3	применять средства интенсификации творческого мышления в рекламе
Владеть:	
Уровень 1	навыками поиска контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок
Уровень 2	способностями по разработке технического задания по созданию фирменного стиля организации
Уровень 3	навыками применения креативных рекламных технологий в своей профессиональной деятельности
<i>В результате освоения дисциплины "Креативные рекламные технологии" обучающийся</i>	
3.1	Знать:
	инструменты комплекса маркетинга при разработке и реализации маркетинговых программ;
	методы работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации;
	методику проведения комплексного маркетингового исследования;
	организацию работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации текущие бизнес-процессы и проектную деятельность организации.
3.2	Уметь:

	разрабатывать и реализовывать креативные рекламные технологии в отношении товаров (услуг, брендов, предприятий);
	классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке, определять источники информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок, работать в основных программах офисных программных пакетов, программных продуктах по управлению клиентскими базами, управлению организацией;
	проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании, формировать имидж и деловую репутацию организации, проводить анализ результативности коммуникационной политики.
3.3 Владеть:	
	методикой разработки комплекса мероприятий по привлечению клиентов;
	разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга;
	способностями по разработки технического задания по созданию фирменного стиля организации;
	методами обновления информации в клиентской базе данных о ходе работы с конкретным участником торгово-промышленных выставок.
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Креативные рекламные технологии" видом промежуточной аттестации является Зачет	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Креативные рекламные технологии" составляет 2 зачётные единицы, 72 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Теоретические аспекты креативной деятельности в рекламе						
Тема 1.1 Особенности креатива в рекламной деятельности /Лек/	3	2	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1 Особенности креатива в рекламной деятельности /Сем зан/	3	2	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1 Особенности креатива в рекламной деятельности /Ср/	3	6	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3	0	

				.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3		
Тема 1.2. Управление творческим коллективом /Лек/	3	2	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Управление творческим коллективом /Сем зан/	3	2	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Управление творческим коллективом /Ср/	3	8	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Процесс разработки и оценки результативности рекламной идеи /Лек/	3	2	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Процесс разработки и оценки результативности рекламной идеи /Сем зан/	3	2	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Процесс разработки и оценки результативности рекламной идеи /Ср/	3	8	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. Методология креативного мышления в рекламе						
Тема 2.1. Специальные техники рекламного конструирования /Лек/	3	2	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Специальные техники рекламного конструирования /Сем зан/	3	2	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Специальные техники рекламного конструирования /Ср/	3	8	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Средства интенсификации творческого мышления в рекламе /Лек/	3	4	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	

Тема 2.2. Средства интенсификации творческого мышления в рекламе /Сем зан/	3	4	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Средства интенсификации творческого мышления в рекламе /Ср/	3	14	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Консультация /Конс/	3	2	ПКс-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины "Креативные рекламные технологии" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

В процессе освоения дисциплины "Креативные рекламные технологии" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Чилингир, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие (240 с.)	Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020
Л1.2	Заможных, Е. А., Срыбная П. И.	Рекламные технологии: учебное пособие (118 с.)	Ставрополь : СевероКавказский федеральный университет, 2020
Л1.3	Сергиенко, Е. А., Таланова, Н. Н., Лебедева, Е. И.	Телевизионная реклама и дети (192 с.)	Москва : Издательство «Институт психологии РАН», 2020
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Лоскутова, В. В.	Рекламная деятельность : учебное пособие (197 с.)	Донецк : ГОУ ВПО "ДонАУиГС", 2020
Л2.2	Фрумкин, Г. М.	Сценарное мастерство: кино - телевидение - реклама: учебное пособие (223 с.)	Москва : Академический проект, 2020

3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.1	В. Ю. Лунина, В.В. Кирьякова, А.Ю. Стрижакова	Креативные рекламные технологии : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры, направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») всех форм обучения (41 с.)	Донецк : ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», 2024
ЛЗ.2	В. Ю. Лунина, В.В. Кирьякова, А.Ю. Стрижакова	Креативные рекламные технологии : методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры, направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») всех форм обучения (23 с.)	Донецк : ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», 2024
ЛЗ.3	В.Ю. Лунина, В.В. Кирьякова, А.Ю. Стрижакова	Креативные рекламные технологии: конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры, направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») всех форм обучения ()	Донецк : ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2024

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал "Рекламные идеи"	http://www.advi.ru/
Э2	Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа	https://www.elibrary.ru/
Э3	Электронно-библиотечная система "Лань"	https://e.lanbook.com/

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации;
- электронные презентации;
- электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь для взаимодействия с обучающимися;
- дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle;
- Яндекс.Телемост, SberJazz, VK Звонки используются для проведения дистанционного обучения и консультаций;
- электронные библиотечные ресурсы ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle.

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог изданий ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» - <http://unilib.dsum.internal/>
 Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <http://www.lib-dpr.ru/>
 Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <https://cyberleninka.ru/>
 Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
 Электронно-библиотечная система «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
 Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) – <http://www.ipr-ras.ru/libr.htm>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория №406, учебный корпус № 2; лекционная аудитория – комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (44, 40), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации:

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.3. Учебная аудитория для проведения индивидуальных консультаций по написанию курсовых работ:

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (44), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.4. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ФГБОУ ВО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Win-dows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1C ERP УП, 1C ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Рекламная коммуникация как феномен культуры.
2. Реклама и PR в системе массовой культуры.
3. Реклама как один из способов творческого выражения культурного многообразия.
4. Многообразие проявлений креативности в рекламе и PR.
5. Креативные аспекты в рекламе и PR.
6. Креативность как процесс воображения и символизации.
7. Креативное отношение и креативное взаимодействие.
8. Реклама, PR как креативные коммуникации.
9. Определите взаимосвязь креатива и творчества.
10. Анализ креативных методик.
11. Рекламная коммуникация и артефакт.
12. Креатив и процесс реинтерпретации рекламы.
13. Зрелищная реклама.
14. Реклама как феномен массовой культуры.
15. Игровая природа рекламы.
16. Планирование и разработка рекламной продукции.
17. Творческая основа рекламной кампании
18. Дизайнерские разработки и их роль в рекламе товаров или услуг.
19. Компьютеризированная реклама, как средство создания выразительных образов.
20. Художественно – изобразительные средства рекламы

5.2. Темы письменных работ

1. Рекламная коммуникация как феномен культуры.
2. Реклама и PR в системе массовой культуры.
3. Реклама как один из способов творческого выражения культурного многообразия.
4. Многообразие проявлений креативности в рекламе и PR.
5. Креативные аспекты в рекламе и PR.
6. Креативность как процесс воображения и символизации.
7. Креативное отношение и креативное взаимодействие.
8. Реклама, PR как креативные коммуникации.
9. Определите взаимосвязь креатива и творчества.

10. Анализ креативных методик.
11. Рекламная коммуникация и артефакт.
12. Креатив и процесс реинтерпретации рекламы.
13. Зрелищная реклама.
14. Реклама как феномен массовой культуры.
15. Игровая природа рекламы.
16. Планирование и разработка рекламной продукции.
17. Творческая основа рекламной кампании
18. Дизайнерские разработки и их роль в рекламе товаров или услуг.
19. Компьютеризированная реклама, как средство создания выразительных образов.
20. Художественно – изобразительные средства рекламы
21. Творческие стратегии в рекламе различных уровней: местной, региональной, национальной, международной.
22. Реклама и национальные стереотипы.

5.3. Фонд оценочных средств

Комплект оценочных материалов разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС". Комплект оценочных материалов по дисциплине в полном объеме представлен в виде приложения к ОП ОП по данной образовательной программе.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую,

воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках изучения дисциплины:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам

К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации студентам по подготовке к итоговому контролю

При подготовке к итоговому контролю обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контроль знаний по разделам.