

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 27.06.2024 16:00:32
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

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	
<ul style="list-style-type: none"> - 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 видеofilмов. 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 : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018
Л1.3	Сергиенко, Е. А., Таланова, Н. Н., Лебедева, Е. И.	Телевизионная реклама и дети (192 с.)	Москва : Издательство «Институт психологии РАН», 2019

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 (магистерской программы «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 (магистерской программы «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 (магистерской программы «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 №111, учебный корпус № 2 – 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).

<p>1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №208 учебный корпус №2.</p> <p>- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, демонстрационные плакаты;</p> <p>1.3. Учебная аудитория для проведения индивидуальных консультаций по написанию курсовых работ: №208 учебный корпус №2.</p> <p>- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (44), стационарная доска, демонстрационные плакаты;</p> <p>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.</p> <p>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 IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.</p> <p>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), 1С ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3)</p>
--

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

Фонд оценочных средств дисциплины "Креативные рекламные технологии" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Креативные рекламные технологии" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

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.