

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 02.07.2023 12:44:09

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daae090aefec83d71fc

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное образовательное учреждение  
высшего образования

«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет гуманитарного образования

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой

арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

26 августа 2021 г. Пр. № 1

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.О.23 РЕКЛАМА И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

|                                      |                                              |
|--------------------------------------|----------------------------------------------|
| Направление подготовки               | <b>54.03.03 Искусство костюма и текстиля</b> |
| Профиль подготовки                   | <b>Искусство костюма и текстиля</b>          |
| Квалификация (степень)<br>выпускника | <b>Бакалавр</b>                              |
| Форма обучения                       | <b>Очная</b>                                 |
| Года начала подготовки               | <b>2021</b>                                  |

Краснодар 2021

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины Б1.О.23 Реклама и рекламные технологии обязательной части обучающимся очной формы обучения по направлению подготовки 54.03.03 *Искусство костюма и текстиля*, профиль *Искусство костюма и текстиля* в 7 семестре.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.03 *Искусство костюма и текстиля*, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13 августа 2020 года, приказ № 1005 и основной профессиональной образовательной программой.

**Рецензенты:**

Доктор филологических наук,  
профессор кафедры электронных средств  
массовой информации и новых медиа  
факультета журналистики  
Кубанского государственного университета

Е.Г. Сомова

Кандидат культурологии, доцент кафедры социально-  
культурной деятельности КГИК

Л.Н. Кондратьева

**Составитель:** Л.В. Терещенко, кандидат культурологи, доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы 26 августа 2021 г., протокол № 1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама и рекламные технологии» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 27 августа 2021 г., протокол № 1.

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Цели и задачи дисциплины .....                                                                                                                    | 4  |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО .....                                                                                                        | 4  |
| 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций..... | 4  |
| 4. Структура и содержание дисциплины .....                                                                                                           | 5  |
| 4.1. Структура дисциплины .....                                                                                                                      | 5  |
| 4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы .....                         | 5  |
| 5. Образовательные технологии.....                                                                                                                   | 28 |
| 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации .....                                                            | 28 |
| 6.1. Контроль освоения дисциплины.....                                                                                                               | 28 |
| 6.2. Оценочные средства.....                                                                                                                         | 29 |
| 7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля) .....                                                                         | 43 |
| 7.1. Основная литература .....                                                                                                                       | 43 |
| 7.2. Дополнительная литература .....                                                                                                                 | 44 |
| 7.3. Периодические издания .....                                                                                                                     | 44 |
| 7.4. Интернет-ресурсы.....                                                                                                                           | 45 |
| 7.5. Методические указания и материалы по видам занятий.....                                                                                         | 46 |
| 7.6. Программное обеспечение .....                                                                                                                   | 47 |
| 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).....                                                                                      | 47 |
| 9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)...                                                                         | 48 |

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Целью** дисциплины «Реклама и рекламные технологии» является подготовка обучающихся к самостоятельной презентационной деятельности в профессиональной среде, формирование у них навыков выполнения презентационных материалов как художественного, так и рекламного характера. В вузе необходимо максимально полно подготовить специалистов к практической работе, использовать такие педагогические технологии в обучении, которые позволили бы добиваться такой цели.

Индустрия моды в современном мире является одной из отраслей, которая нуждается в продвижении при помощи рекламы и PR.. Для успешной работы на рынке труда в компетенцию специалиста входят знание и анализ рынка, потребителей, психологических возможностей восприятия и, безусловно, умение выбрать наиболее подходящее средство выразительности для представления своей работы.

**Задачи** дисциплины:

- формировании у студентов основополагающей базы знаний для понимания художественного творчества, в т.ч. рекламного дизайна, подразумевающего интеграцию теоретических и практических компетенций в области технологии создания рекламного образа.
- Изучение основных методов и приемов рекламы и деловой презентации авторской коллекции моделей одежды.
- знакомство студентов с отличительными особенностями и сходством векторного компьютерного графических редакторов.

Знания и навыки, полученные студентами в результате изучения дисциплины необходимы для дальнейшего решения конкретных задач, будущей производственной деятельностью выпускника.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Данная дисциплина относится к обязательным дисциплинам Блока 1 программы бакалавриата, 72 часа (2 з.е.) Осваивается на 4 курсе (7 семестр). При освоении данной дисциплины обучающийся должен иметь знания изобразительного искусства, приобретенные в результате освоения образовательной программы. Курс является основным звеном, которое обеспечивает связь художественно-проектных дисциплин специальности и реальной жизни, является основой для получения профессиональных навыков при освоении процесса проектирования, по выбранному профилю обучения.

Освоение дисциплины «Реклама и презентация авторской коллекции» необходимо как предшествующее преемственности формирования компетенций дисциплин Блока 1 и практик Блок 2.

Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

| Наименование компетенций                                                                                                  | Индикаторы сформированности компетенций                                |                                                                  |                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
|                                                                                                                           | знать                                                                  | уметь                                                            | владеть                                                 |
| ОПК-5.Способен организовывать проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях | Принципы организации рекламной деятельности организации индустрии моды | Планировать рекламные кампании, разрабатывать рекламные продукты | Навыками организации и проведения рекламных мероприятий |

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Структура дисциплины

*По очной форме обучения* общий объем дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов.

| Вид учебной работы                            | Всего часов/<br>зачетных<br>единиц | Семестры    |
|-----------------------------------------------|------------------------------------|-------------|
|                                               |                                    | VII         |
| Аудиторные занятия всего                      | 32                                 |             |
| В том числе:                                  |                                    |             |
| лекции                                        | 16                                 | 16          |
| практические занятия,                         | 16                                 | 16          |
| Самостоятельная работа (всего)                | 40                                 | 40          |
| Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен) | 36                                 | 36<br>зачет |
| Общая трудоемкость (кол-во час)               | 144                                | 144         |

### 4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

*Очное обучение*

| №<br>п/п | Раздел дисциплины                                   | Лекции | Практи-<br>ческие<br>занятия | Самосто-<br>ятельная<br>работа | Контроль    |
|----------|-----------------------------------------------------|--------|------------------------------|--------------------------------|-------------|
|          | 4 курс 7 семестр                                    |        |                              |                                |             |
| 1.       | Реклама в контексте истории и теории индустрии моды | 12     |                              | 10                             |             |
| 2.       | Разработка дизайна рекламного продукта              | 4      | 8                            | 10                             |             |
| 3.       | Презентация авторской коллекции.                    |        | 8                            | 20                             |             |
|          |                                                     |        |                              |                                |             |
|          | Итого за 4 курс- 108час                             |        |                              |                                |             |
|          |                                                     | 16     | 16                           | 40                             | 36<br>Зачет |
|          | Итого – 108часов                                    | 16     | 16                           | 40                             | 36          |

| Наименование<br>разделов и тем                               | Содержание учебного материала<br>(темы, перечень раскрываемых<br>вопросов):<br>лекции, практические занятия<br>(семинары), индивидуальные занятия,<br>самостоятельная работа обучающихся,<br>курсовая работа | Объем<br>часов | Форми-<br>руемые<br>компе-<br>тенции<br>(по теме) |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------|
| 1                                                            | 2                                                                                                                                                                                                            | 3              | 4                                                 |
| 7семестр                                                     |                                                                                                                                                                                                              |                |                                                   |
| Раздел 1 Реклама в контексте истории и теории индустрии моды |                                                                                                                                                                                                              |                |                                                   |

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------|
| <b>Тема 1.1</b><br>Основные виды рекламы и рекламные технологий в области костюма | <u>Лекции.</u> Реклама, ее задачи и функции<br>Реклама, ее задачи и функции.Рынок современной моды и его особенности как объекта рекламы и PR                                                                                                                                                         | <b>6</b> | ОПК-5 |
|                                                                                   | <u>Самостоятельная работа</u><br>Особенности позиционирования бренда в сфере моды                                                                                                                                                                                                                     | <b>5</b> |       |
| <b>Тема 1.2</b><br>Технологии продвижения бренда.                                 | <u>Лекции.</u> Продвижение современных модных брендов средствами рекламы. Проведение коммуникационных кампаний в индустрии моды. Особенности рекламы в индустрии моды. Креативные идеи в рекламе фэшн-брендов. Своеобразие построения рекламного образа. Месседжи и аргументация. Технологии эпатажа. | <b>6</b> | ОПК-5 |
|                                                                                   | <u>Самостоятельная работа</u> Проанализировать технологии рекламы и PR в продвижении модных брендов;                                                                                                                                                                                                  | <b>5</b> |       |
| <b>Раздел 2</b> Разработка дизайна рекламного продукта                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |       |
| <b>Тема 2.1.</b><br><b>Разработка айдентики для модного показа.</b>               | <u>Лекции.</u> Рекламный продукт как результат реализации творческих, технологических, организационных разработок. Стереотипы в области рекламы. Манипулятивные способы рекламного воздействия.                                                                                                       | <b>2</b> | ОПК-5 |
|                                                                                   | <u>Практические занятия.</u> Разработка дизайна рекламного продукта: графических элементов и соответствующей рекламной продукции, для fashion-показа, выполняющего роль своеобразной промо-акции.                                                                                                     | <b>4</b> |       |
|                                                                                   | <u>Самостоятельная работа</u> Механизмы построения образности рекламной коммуникации                                                                                                                                                                                                                  | <b>5</b> |       |
| <b>Тема 2.2</b><br><b>Разработка дизайна рекламного продукта.</b>                 | <u>Лекции.</u> Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных образных элементов. Демонстрационные материалы. Слова и образы. Наглядность и доступность.                                                                                                                                         | <b>2</b> | ОПК-5 |
|                                                                                   | <u>Практические занятия</u> Разработка дизайна рекламного продукта . Структурные компоненты рекламного творчества. Демонстрации товаров. Листовки, проспекты (Брошюра-каталог) и пр.                                                                                                                  | <b>4</b> |       |
|                                                                                   | <u>Самостоятельная работа</u> Технология подготовки презентации.                                                                                                                                                                                                                                      | <b>5</b> |       |
| <b>Раздел 3</b> Презентация авторской коллекции.                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |       |
| <b>Тема 3.1</b><br><b>Виды презентаций</b><br>Вопросы организации                 | <u>Практические занятия:</u> История деловой презентации. Различия презентации в западной и восточной культурах. Специальные события в индустрии моды. Модный показ. Неделя Высокой моды.                                                                                                             | <b>4</b> | ОПК-5 |

|                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |              |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------|
| модных показов, проведения выставок, проведения презентаций.                            | Мастер-класс. Исторические традиции и современные инновации в искусстве дефиле. Интеграция фэшн-событий в территориальный брендинг и маркетинг культуры                                                                                                                                         |              |       |
|                                                                                         | <u>Самостоятельная работа</u> Подготовка демонстрационного материала.                                                                                                                                                                                                                           | 5            |       |
| <b>Тема 3.2<br/>Планирование и проведение промо-акции. Дефиле и продвижение бренда.</b> | <u>Практические занятия (семинары):</u><br>Технология подготовки к презентации.. Длительность выступления и баланс времени. Два этапа подготовки. Сценарный этап подготовки. Постановочный этап подготовки. Организация пространства во время презентации. Границы допустимости шоу-технологий. | 4            | ОПК-5 |
|                                                                                         | <u>Самостоятельная работа:</u> Выбор режиссуры показа и сценария выхода модели на подиум, соответствующего музыкального сопровождения.                                                                                                                                                          | 6            |       |
|                                                                                         | <b>ВСЕГО:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <i>Зачет</i> |       |
|                                                                                         | <b>ВСЕГО:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 72           |       |

**Содержание учебного материала для студентов, имеющих инвалидность и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ):**

Порядок освоения дисциплины «Реклама и рекламные технологии» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья базируется на принципах здоровьесбережения.

Допускается обучение с более гибкой системой организации учебных занятий с учетом индивидуальных возможностей обучаемых, согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и состоянием здоровья.

Учебные занятия по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводятся с учетом состояния особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, с учетом вида и тяжести нарушений организма обучающегося.

Образование инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или индивидуально.

Выбор методов обучения, проведение текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации осуществляется в каждом отдельном случае с учетом особенностей нарушений функций организма обучающихся, зафиксированных в справке бюро медико-социальной экспертизы.

Студенты, имеющие инвалидность по медицинским показаниям, в каждом семестре готовят реферат - письменную работу для



прохождения промежуточной аттестации по темам, предложенным кафедрой.

Форму письменной работы (реферат, задание исследовательского типа, кейс задание и прочее), а также порядок представления на кафедру определяет кафедра дизайна в рабочей программе.

Тема работы выбирается на основе углубленного изучения по одному из разделов курса, предусмотренного учебной программой, или может быть выбрана в соответствии с интересами студента и его научного руководителя.

В реферативной работе студент должен показать умение выявлять и формулировать актуальные в профессии цели и задачи, анализировать учебную, научную и методическую литературу, интерпретировать и оформлять результаты изучаемого материала, делать выводы и давать практические рекомендации по изучаемой теме.

Работа должна включать обоснование выбора темы и её актуальность, постановку задач, и обзор информационных источников, описание методов и результатов исследования, обсуждение полученных данных и библиографический указатель, приложения.

Объем работы, как правило, не должен превышать 15-20 страниц стандартизированного текста компьютерной верстки.

Реферативная работа студента может также представлять собой теоретическое исследование и выполняться в форме обобщенного научного обзора с анализом новейших научных работ, связанных единой тематикой. Итогом такой работы должны быть обобщающие выводы, имеющие научное или практическое значение. Такая работа может быть рекомендована на участие в конференциях различного уровня.

## **5. Образовательные технологии**

Дисциплина «Реклама и рекламные технологии» предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (в том числе: лекции с использованием средств визуализации, разбор конкретных ситуаций, имитационные упражнения) в сочетании с руководством внеаудиторной самостоятельной работой студентов с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках дисциплины предусмотрены: метод проблемного изложения, мастер-классы ведущих специалистов индустрии моды.

Практические занятия: практические работы, подбор материалов и изготовление рекламного продукта, подготовка презентации рекламного продукта.

Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); графические изображения заданной тематики; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование видеоматериалов, компьютерной техники и Интернета. Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, видеоматериалов); ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста.

В целом объем практических занятий с использованием активных технологий составляет 100%. Остальное время составляют самостоятельные занятия студентов.

Для достижения планируемых результатов обучения, в дисциплине «Реклама и рекламные технологии» используются различные образовательные технологии:

1. Деятельностные практико-ориентированные технологии, направленные на формирование системы профессиональных практических умений при проведении экспериментальных исследований, обеспечивающих возможность качественно выполнять профессиональную деятельность.

2. Развивающие проблемно-ориентированные технологии, направленные на формирование и развитие проблемного мышления, мыслительной активности, способности видеть и формулировать проблемы

3. Личностно-ориентированные технологии обучения, обеспечивающие в ходе учебного процесса учет различных способностей обучающихся, создание необходимых условий для развития их индивидуальных способностей, развитие активности личности в учебном процессе. Личностно-ориентированные технологии обучения реализуются в результате индивидуального общения преподавателя и студента при выполнении домашних индивидуальных заданий, решении задач повышенной сложности, на еженедельных консультациях.

4. Технологии дифференцированного обучения, учитывающие индивидуальные особенности состояния здоровья и уровня физической подготовленности студентов. При оценивании учитывается не только достигнутый результат, но и динамика изменений физической подготовленности

5. Информационно-коммуникативные технологии, направленные на использование в образовательных и познавательных целях образовательных ресурсов на электронных носителях в качестве

наглядных пособий, программ Microsoft Word, Microsoft Power Point, Microsoft Excel и др.

6. Технология игрового моделирования, направленных на повышение эффективности занятий, качества усвоения учебного материала учащимися, реализацию потребности личности студента в самовыражении и самоопределении.

Для целенаправленного и эффективного формирования запланированных компетенций у обучающихся, выбраны следующие сочетания форм организации учебного процесса и методов активизации образовательной деятельности

| методы                             | лекции | практические занятия | СРС |
|------------------------------------|--------|----------------------|-----|
| Работа в группе                    | +      | +                    |     |
| Методы проблемного обучения        |        | +                    | +   |
| Обучение на основе опыта           | +      | +                    | +   |
| Опережающая самостоятельная работа |        | +                    | +   |
| Поисковый метод                    |        | +                    | +   |
| Исследовательский метод            |        | +                    | +   |

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

### 6.1 Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов и магистрантов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры».

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

• *Текущий контроль* успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: - *выполнение контрольно-зачетных мероприятий*

*Рубежный контроль* предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- *оценка практической работы, по итогам выполнения каждого задания*
- *оценка выполнения самостоятельной работы*
- *оценка устных ответов*

*Промежуточный контроль* в форме экзамена в 7 семестре.

Экзамен является совокупным результатом освоения практической деятельности: оценивается по результатам сдачи контрольных мероприятий.

## **6.2. Оценочные средства**

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

### **6.2.1 Контрольные вопросы для проведения текущего контроля**

1. Мода как феномен культуры.
2. Маркетинговое своеобразие индустрии моды.
3. Характеристика основных коммуникационных технологий применяемых в индустрии моды.
4. Событийные коммуникации в индустрии моды.
5. Брендинг в сфере моды.
6. Коммуникационных кампаний в индустрии моды
7. Создание специальных событий как основная технология продвижения торговых марок в сфере моды.
8. Рекламные технологии в сфере моды.
9. Креативные стратегии в продвижении модных домов и торговых марок.
10. Исторические аспекты формирования известных брендов в сфере моды.
11. Разработка корпоративного стиля и визуальных идентификаторов брендов в сфере моды.
12. Использование Интернет-коммуникаций в сфере моды.
13. Маркетинг и коммуникационные технологии в сегменте luxury.
14. Современные тенденции развития маркетинговых коммуникаций в индустрии моды

### **6.2.2 Вопросы к зачету по дисциплине**

1. Элементы визуальной информации в рекламе.
2. Основные средства композиции в рекламе.
3. Назвать типы рекламы.
4. Какая композиция является сбалансированной?
5. Какие факторы влияют на направленность взгляда?
6. Значение формы в рекламе.
7. Назвать законы структурного восприятия.
8. Правила составления композиции фирменного знака.
9. Цвет в рекламе. Влияние цвета на форму.
10. Основные функции цвета.
11. Воздействие цвета на человека.
12. Какие функции выполняет цвет в рекламе?
13. Какие факторы влияют на выбор цвета в рекламе?
14. Особенности восприятия цвета в рекламе.

15. Применение цвета в различных видах и жанрах рекламы.
16. Особенности применения цвета в создании фирменных знаков и логотипов.
17. Влияние моды на цветовые предпочтения в рекламе.
18. Понятие деловой презентации
19. Презентация как социальное явление. Основные категории и задачи
20. Исторические истоки профессиональной презентации.
21. Особенности профессиональной презентации в западной и восточной корпоративных культурах
22. Специфика деловой презентации в России
23. Правила и формы обращения людей друг к другу: приветствия, обращения и представления. Обмен визитными карточками в деловом этикете
24. Культура одежды и внешний облик делового человека.
25. Основные правила проведения деловой презентации
26. Основы приемы аргументации
27. Формы речевого воздействия на собеседника
28. Роль жестикюляции в деловой презентации
29. Технологии проведения деловой презентации
30. Подготовка к публичному выступлению
31. Деловая презентация: критерии эффективности, структура
32. Технология проведения деловой презентации. Типичные ошибки
33. Национальные и региональные особенности делового этикета.
34. Назовите задачи рекламы и ее функции
35. Охарактеризуйте типы рекламы.
36. Показатели эффективности рекламы.

### **6.2.3 Вопросы к экзамену по дисциплине** не предусмотрено

### **6.2.4 Примерная тематика курсовых работ**

Не предусмотрено

### **Руководство и контроль самостоятельной работы**

1. Руководство и контроль самостоятельной работой осуществляется в рамках должностных обязанностей заведующим и преподавателями кафедры.
2. Консультирование, контроль и оценка выполнения СРС осуществляются преподавателем, ведущим дисциплину.
3. Контроль СРС подразделяется на входной, текущий и промежуточный.

Входной, текущий и/или рубежный контроль СРС проводится на консультациях и/или аудиторных занятиях, итоговый – на зачетах.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме, с представлением результата деятельности студента.

4. Полученные студентом за выполнение самостоятельной работы баллы, являются составной частью итоговой суммы баллов по дисциплине.

*Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:*

- уровень освоения студентом учебного материала;
- умение студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- полнота общеучебных представлений, знаний и умений по изучаемой теме, к которой относится данная самостоятельная работа;
- обоснованность и четкость изложения ответа на поставленный во внеаудиторной самостоятельной работе вопрос;
- оформление отчетного материала в соответствии с известными заданными преподавателем требованиями.

#### **6.2.7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

*Для обеспечения самостоятельной работы разработаны:*

- учебно-методическое обеспечение лекционных занятий;
- учебно-методическое обеспечение практических занятий;
- методические рекомендации к самостоятельной работе студентов.

*Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:*

- уровень освоения студентом учебного материала;
- умение студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- полнота общеучебных представлений, знаний и умений по изучаемой теме, к которой относится данная самостоятельная работа;
- обоснованность и четкость изложения ответа на поставленный во внеаудиторной самостоятельной работе вопрос;
- оформление отчетного материала в соответствии с известными заданными преподавателем требованиями.

#### **6.2.4. Критерии выставления оценок при проведении экзамена:**

Общая оценка за учебный год определяется по следующим критериям:

1. Регулярность посещения учебных занятий.
2. Сдача контрольно-зачетных мероприятий.
3. Выполнение заданий по самостоятельной работе.

### **Критерии оценивания:**

**Оценка «отлично»** заслуживает студент, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, ознакомившийся с основной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины, выполнивший задания самостоятельной работы, оценка ставится, если выполнены все требования к работе: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

**Оценка «отлично»** ставится при условии:

- работа выполнялась самостоятельно;
- материал подобран в достаточном количестве с использованием разных источников;
- работа оформлена с соблюдением всех требований для оформления проектов;
- защита творческой работы проведена на высоком и доступном уровне.

**Оценка «хорошо»** — основные требования к работе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём; имеются упущения в оформлении. **Оценка** ставится при условии:

- работа выполнялась самостоятельно;
- материал подобран в достаточном количестве с использованием разных источников;
- работа оформлена с незначительными отклонениями от требований для оформления проектов; защита творческой работы проведена хорошо

**Оценка «удовлетворительно»** — имеются существенные отступления от требований к работе. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы. **Оценка** ставится при условии:

- работа выполнялась с помощью преподавателя;
- материал подобран в достаточном количестве;
- работа оформлена с отклонениями от требований для оформления проектов;
- защита творческой работы проведена удовлетворительно.

**Оценка «неудовлетворительно»** — тема работы не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или работа не представлена вовсе.



## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **7.1. Основная литература**

#### **7.1. Основная литература**

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332> (дата обращения: 04.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03458-9. – Текст : электронный.
2. Щепилова, Г. Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 474 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663> (дата обращения: 04.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9917-1. – DOI 10.23681/500663. – Текст : электронный.
3. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы : учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 450 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622063> (дата обращения: 04.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04803-6. – Текст : электронный.
4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408> (дата обращения: 04.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04536-3. – Текст : электронный.

#### **7.2. Дополнительная литература**

1. Анашкина Н.А. Рекламный образ. Учебное пособие/под ред. Дмитриева Л.М. – М, 2012
2. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. – М, 2009..
3. Пендикова И.Г., Ракитина Л.С.М. Архетип и символ в рекламе. – М., 2008.
4. Тен Ю.П. Символы России и зарубежных государств. – Ростов н/Д., 2009.
5. Ученова В.В. Философия рекламы. – М., 2003.
6. Юнг К.Г. Человек и его символы. – М., 2013.
7. Андреева В., Куклев В., Ровнер А. Энциклопедия. Символы, знаки, эмблемы. – М., 2007.
8. Геращенко Л.Л. Азбука рекламы. – М, 2005.
9. Жорж Ж. Знаки и символы. Энциклопедия. – М., 2003.
- 10.Пропп В.Я Морфология волшебной сказки. – М., 2006,

- 11.Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. – М, 2014.
- 12.Психоанализ и искусство. – М., 2011.
- 13.Разработка рекламного продукта. Учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М., 2011.
- 14.Реклама: культурный контекст. – М. 2004.
- 15.Тангейт М. Построение бренда в сфере моды: От Armani до Zara. М.: «Альпина Бизнес Букс», 2007. 298 с.
- 16.Уайт Н. Fashion-бизнес: теория, практика, феномен. Минск, 2008. 263 с.
- 17.Уче О. Брендинг в моде класса люкс. Мастерство создания и управления. Минск, 2010. 400 с.
- 18..Хайнс Т., Брюс М. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. Минск, 2009. 416 с
- 19.Руськин В.И. Социокультурная реабилитация студентов-инвалидов средствами искусства в процессе педагогической деятельности: Методические рекомендации. – Краснодар: КГИК, 2016. – 22 с.
- 20.Рюмина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе. – М., 2004.
21. Щетинская Н.Б. Адаптация студентов с ограниченными возможностями здоровья к условиям обучения в вузе культуры: Методические рекомендации для преподавателей. – Краснодар: КГИК, 2016. – 42 с.
22. Щетинская Н.Б. Развитие коммуникативной компетентности студентов с ограниченными возможностями здоровья: Методические рекомендации для студентов. – Краснодар: КГИК, 2016. – 28 с.

### **7.3. Периодические издания**

Журналы: «Текстильная промышленность», «Швейная промышленность», «Ателье».

### **7.4. Интернет-ресурсы**

[www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)

<http://www.adme.ru/>

<http://ec-dejavu.net/main.html>

<http://www.gumer.info>

<http://www.kak.ru>.

<http://www.mifolog.ru/>

<http://reklamif.narod.ru/>

<http://www.sostav.ru/>

Российская государственная библиотека – <http://www.rsl.ru>

1. Библиотека М. Мошкова – <http://www.lib.ru>

2. Московский научный общественный фонд – <http://www.mpst.org>

3. Национальная электронная библиотека - <http://nel.nns.ru>

4. Библиографическая поисковая система «Букинист» - <http://bukinist.agava.ru>
5. Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть – <http://www.libweb.ru>
6. Научная электронная библиотека- <http://www.elibrary.ru>
7. Электронная библиотечная система <http://www.znaniyum.com>

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными операционной системой Windows XP2007Server, пакетами MSOffice; MS office 2007 pro; Adobe CS6; AdobePremierePro, MagicSamplitude, SonySoundForgePro 9,10, SonyVegasPro 10, справочно-правовые системы Консультант Плюс, Гарант, выход в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, мобильный стенд.

#### **7.5. Методические указания и материалы по видам занятий**

При изучении курса студенты должны прослушать лекции, а так же проделать необходимую самостоятельную работу. Для проведения практических занятий и самостоятельной работы, студенты используют рекомендуемую научно-учебную литературу

Примерные формы выполнения самостоятельной работы: выполнение практических заданий по образцу, проектирование и моделирование макетов рекламных плакатов и творческих проектов образной рекламы, разных видов и компонентов профессиональной деятельности, возможна подготовка курсовых и дипломных работ (проектов). Выполненные работы предоставляются студентом в электронном виде (презентация) на промежуточной аттестации (дифференцированном зачете). Выполнение творческих работ является обязательной и неотъемлемой частью учебной деятельности студента. Подготовленные студентами творческие работы и проекты в дальнейшем могут использоваться как демонстрационные учебные материалы, участвовать в конкурсах, а также демонстрироваться на выставках творческих студенческих работ.

#### **Индивидуальное творческое задание**

Творческие задания – это такие учебные задания, которые требуют от обучающихся не простого воспроизводства информации, а творчества, поскольку задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов. Творческое задание составляет содержание, основу любого интерактивного метода. Творческое задание (особенно практическое и близкое к жизни обучающегося) придает смысл обучению, мотивирует учащихся.

**Требования к условиям реализации ОПОП бакалавриата  
в отношении обучающихся из числа лиц  
с ограниченными возможностями**

Формы проведения текущей, промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

**7.6. Программное обеспечение**

| <b>Программный продукт</b>                                                                                        | <b>комментарий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Adobe Master Collection CS 6</b>                                                                               | Включает в себя комплект программ<br><b>Adobe Photoshop CS6 Extended-редактирование растровой графики</b><br><b>Adobe Illustrator CS6 – редактор векторной графики</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Adobe Flash Prof SC 5.5 11.5 AcademicEdition</b>                                                               | Для создания анимации и мультимедиа<br>более ранняя версия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Adobe Illustrator CS3 Russian</b>                                                                              | Редактор векторной графики                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Corel DRAW Graphics suite X4 Licensing media pack\Corel Draw Graphics Suite X4 Edukation License ML (1-60)</b> | Редактор векторной графики                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Kaspersky Endpoint Security</b>                                                                                | антивирус                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>MS office professional plus 2007</b><br><b>MS office professional plus 2010</b>                                | Включает комплект программ<br>* Microsoft Office Access – программа создания баз данных<br>* Microsoft Office Excel- редактор таблиц<br>* Microsoft Office InfoPath- Приложение, используемое для разработки форм ввода данных на основе XML<br>* Microsoft Office Outlook - Персональный информационный менеджер с функциями почтового клиента<br>* Microsoft Office PowerPoint –программа создания презентаций<br>* Microsoft Office Word – текстовый редактор<br>MS Office Publisher- Настольная издательская система в составе 2007 версии |

|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>АИБС "MARC-SQL"</b><br>включая модули<br><b>"Периодика"</b><br><b>Комплектование Поиск</b><br><b>Абонемент Книгообеспечение</b><br>включая модули<br><b>Администратор,</b><br><b>Каталогизация</b> | Автоматизированная информационная<br>библиотечная система                                        |
| <b>AutoCAD Design Suite</b><br><b>Ultimate 2016</b>                                                                                                                                                   | это AutoCAD, к которому добавлены<br>инструменты для оформления и<br>демонстрации проектных идей |
| <b>Corel DRAW Graphics suite X4</b>                                                                                                                                                                   | Векторный редактор                                                                               |

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

| №<br>Аудитории,<br>кабинета | Наименование<br>специализированной<br>аудитории, кабинета | Перечень основного оборудования                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ауд.415                     | Кабинет 3-д<br>моделирования                              | Компьютеры, интерактивная доска укомплектованы<br>специализированной мебелью и техническими<br>средствами обучения, наборами демонстрационного<br>оборудования и учебно-наглядных пособий,<br>обеспечивающие тематические иллюстрации |
| Ауд.402                     | Лаборатория моды                                          | Манекены, коллекции изделий, фотоаппарат.                                                                                                                                                                                             |

Необходимые материалы для выполнения заданий на практических занятиях обеспечивают студенты.

## 9. ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- \_\_\_\_\_;  
\_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_;  
\_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_;  
\_\_\_\_\_;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы \_\_\_\_\_ на \_\_\_\_\_ заседании кафедры \_\_\_\_\_.

Протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Исполнитель:

Доцент кафедры

Заведующий кафедрой

**Аннотация рабочей программы по дисциплине  
Б1.О.23 РЕКЛАМА И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

| Индекс и название дисциплины по учебному плану | <b>Б1.О.23 РЕКЛАМА И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Цель дисциплины                                | подготовка обучающихся к самостоятельной презентационной деятельности в профессиональной среде, формирование у них навыков выполнения презентационных материалов как художественного, так и рекламного характера. В вузе необходимо максимально полно подготовить специалистов к практической работе, использовать такие педагогические технологии в обучении, которые позволили бы добиваться такой цели.                                                                                         |
| Задачи дисциплины                              | <p>– формировании у студентов основополагающей базы знаний для понимания художественного творчества, в т.ч. рекламного дизайна, подразумевающего интеграцию теоретических и практических компетенций в области технологии создания рекламного образа.</p> <p>- изучение основных методов и приемов рекламы и деловой презентации авторской коллекции моделей одежды.</p> <p>- знакомство студентов с отличительными особенностями и сходством векторного компьютерного графических редакторов.</p> |
| Коды формируемых компетенций                   | ОПК-5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Планируемые результаты обучения по дисциплине  | <p>В результате освоения дисциплины студент должен приобрести:</p> <p><b>знания:</b><br/>Принципы организации рекламной деятельности организации индустрии моды</p> <p><b>умения:</b><br/>Планировать рекламные кампании, разрабатывать рекламные продукты</p> <p><b>навыки:</b><br/>организации и проведения рекламных мероприятий</p>                                                                                                                                                            |
| Общая трудоемкость дисциплины                  | <p>в зачетных единицах – 2;</p> <p>в академических часах – 72.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Разработчики                                   | Л.В. Терещенко, кандидат культурологи, доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |