

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шак Татьяна Федоровна

Должность: Заведующая кафедрой музыковедения, композиции и методики

музыкального образования

Дата подписания: 09.09.2022 10:52:58

Уникальный программный ключ:

0a37982369c8a9a2303e7asse668ce8e8b555c9b

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет консерватория
Кафедра музыковедения, композиции и методики музыкального образования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой музыковедения,
композиции и методики музыкального
образования



Шак Т.Ф.

17 июня 2022 г. пр. № 11

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.02 РЕКЛАМНАЯ И РЕДАКТОРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СМИ

Направление подготовки – 53.04.06 «Музыкознание и
музыкально-прикладное искусство»

Профиль подготовки Музыковедение (уровень магистратуры)

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

**Краснодар
2022**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 53.04.06 «Музыкознание и музыкально-прикладное искусство» (№ 823 от 23.08. 2017).

Рецензенты:

Доктор искусствоведения, профессор,
проректор по научной работе ФГБОУ ВО
«Астраханская государственная
консерватория»

Л.В. Саввина

Кандидат искусствоведения, доцент
ФГБОУ ВО «Краснодарский
государственный институт культуры»

А. А. Предоляк

Составитель:

Аникиенко С. В., кандидат искусствоведения, доцент кафедры музыковедения, композиции и методики музыкального образования ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры», член Союза композиторов России, член Союза журналистов России

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры музыковедения, композиции и методики музыкального образования ФГБОУ ВО «17» июня 2022 г., протокол № 11.

Рабочая программа учебной дисциплины «РЕКЛАМНАЯ И РЕДАКТОРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СМИ» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «26» августа 2022 г., протокол №11.

© Аникиенко С. В., 2022

© ФГБОУ ВО «КГИК», 2022

Содержание

1. Цели и задачи освоения 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 и дисциплины	5
4.1. Структура дисциплины:	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы ...	7
5. Образовательные технологии	12
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	13
6.1. Контроль освоения дисциплины	13
6.2. Оценочные средства	13
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	14
7.1. Основная литература	14
7.2. Дополнительная литература	14
7.3. Периодические издания	15
7.4. Интернет-ресурсы	15
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	15
7.6. Программное обеспечение	15
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	16
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	17

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля) – музыкально-теоретическая и музыкально-практическая подготовка будущего специалиста, которая является необходимой составляющей профессиональной компетентности музыковеда. Создание в процессе изучения музыкальной критики и журналистики благоприятных условий для профессионального и личностного роста студента: формирования его духовно-нравственных и эстетических ценностей, развития общей музыкальности и художественно-эстетического вкуса, повышения интеллектуально-художественной эрудиции и гуманитарной культуры. Формирование устойчивых представлений о сущности рекламной, редакторской и издательской деятельности в СМИ, ее закономерностях, особенностях труда журналиста, различных функциях журналиста в структуре СМИ и значении в практической деятельности журналиста.

Задачи курса: дать представление об основах рекламной и издательской деятельности в современных средствах массовой информации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Рекламная и редакторская деятельность в СМИ» является дисциплиной, формируемой участниками образовательных отношений, Б1.В.02.

Дисциплина предусматривает владение студентом объемом знаний и умений, соответствующим требованиям к выпускнику образовательных учреждений. «Рекламная и редакторская деятельность в СМИ» изучается в комплексе с другими музыкально-теоретическими дисциплинами: философия науки и искусства, музыка в структуре медиатекста, теория музыкального стиля, теория современной композиции, теория музыкознания, инновационные методики в музыкальном образовании, изучение и проектирование образовательных систем в области музыкального искусства.

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
способен ориентироваться в проблемном поле искусствоведения, анализировать актуальные	• принципы отбора, редактирования разных видов текстов (печатных, аудио-, видео-), приведения их в	• выстроить рекламную стратегию и маркетинг, подготовить рекламное	• опытом музыкально-редакторской деятельности в СМИ, на радио и ТВ; навыками и методами стилистического и литературного

проблемы в области музыкального искусства, в том числе социокультурные процессы в массовой музыке, джазе и современных медиажанрах (ПК-2)	соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	издание к печати, писать собственные тексты о музыке	редактирования текстов
---	--	--	------------------------

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часа).
ОДО

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1	Содержание процесса организации рекламной деятельности в средствах массовой информации	3	1-2	2	2	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
2	Место и роль рекламы в современных СМИ. Структура и виды рекламы в СМИ	3	3-5	2	4	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
3	PR как разновидность рекламы в СМИ	3	6	2	–	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
4	Реклама как один из методов воздействия на публику	3	7-9	2	4	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
5	Редакторская деятельность в издательском деле: исторический аспект	3	10	2	–	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
6	Книгоиздание и музыкально-издательское дело: общая характеристика	3	11-12	2	–	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
7	Редакторские аспекты подготовки журналов, буклетов, CD- и MP3-изданий	3	13-14	4	2	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
8	Редакторская подготовка рекламных изданий	3	15	–	2	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
9	Редакторская подготовка	3	16	–	2	–	9	Проверка

	научных изданий и журналов							конспектов, устный опрос. Экзамен 3 ч.
<i>Всего:</i>				16	16	–	144	Контроль 27 час.

ОЗО

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>) Форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1	Содержание процесса организации рекламной деятельности в средствах массовой информации	3		1	–	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
2	Место и роль рекламы в современных СМИ. Структура и виды рекламы в СМИ	3		–	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
3	PR как разновидность рекламы в СМИ	3		1	–	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
4	Реклама как один из методов воздействия на публику	3		–	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
5	Редакторская деятельность в издательском деле: исторический аспект	3		1	–	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
6	Книгоиздание и музыкально-издательское дело: общая характеристика	3		0,5	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
7	Редакторские аспекты подготовки журналов, буклетов, CD- и MP3-изданий	3		-	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
8	Редакторская подготовка рекламных изданий	3		–	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
9	Редакторская подготовка научных изданий и журналов	3		0,5	1	–	18	Проверка конспектов, устный опрос. Экзамен
<i>Всего:</i>				6	6	–	108	

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

ОДО

Наименование разделов	Содержание учебного материала	Объем	Формируемые
-----------------------	-------------------------------	-------	-------------

и тем	(темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	часов / з.е.	компетенции (по теме)
Тема 1. Содержание процесса организации рекламной деятельности в средствах массовой информации	<u>Лекция.</u> Определение места и роли службы рекламы в СМИ. Планирование работы, координация и согласование деятельности с другими подразделениями СМИ.	2	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Обеспечение рекламных отделов материальными, информационными и финансовыми ресурсами, персоналом, а также заказами на рекламную продукцию	2	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	5	
Тема 2. Место и роль рекламы в современных СМИ. Структура и виды рекламы в СМИ	<u>Лекция:</u> Рекламные издания. Психологические аспекты работы с заказчиками рекламы. Рекламная статья как особый жанр.	2	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Жанр коммерческого предложения. Криэйтор и копирайтер. Креатив в создании рекламных материалов. Видо-типологический состав рекламных изданий.	4	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Рекламное объявление. Рекламное объявление. Рекламное интервью. Рекламная рецензия	5	
Тема 3. PR как разновидность рекламы в СМИ	<u>Лекция.</u> Пути воздействия рекламы. Текст рекламного произведения	2	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Не предусмотрены	—	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Требования к рекламному тексту. Художественно-техническое оформление рекламных изданий	5	
Тема 4. Реклама как один из методов воздействия на публику	<u>Лекция:</u> Интернет как источник музыкального информирования	2	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Способы поиска и размещения информации в интернете	4	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа в интернете	5	

Тема 5. Редакторская деятельность в издательском деле: исторический аспект	<u>Лекция:</u> Редакторская работа: история, современность перспективы	2	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Не предусмотрены.	–	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	5	
Тема 6. Книгоиздание и музыкально-издательское дело: общая характеристика	<u>Лекция.</u> Издание и распространение музыкальной литературы в историческом аспекте	2	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Не предусмотрены	–	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	0	
Тема 7. Редакторские аспекты подготовки журналов, буклетов, CD- и MP3-изданий	<u>Лекция.</u> Жанровые особенности произведений, составляющих литературную основу рассматриваемых изданий; формирование основной части издания. Состав и назначение справочного аппарата, требования к отдельным его элементам. Работа редактора на завершающей стадии формирования издания, оформление изданий с учетом специфики их назначения и использования	4	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Этапы редакторской работы над текстом. Виды редакторской правки	2	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой.	5	

Тема 8. Редакторская подготовка рекламных изданий	<u>Практические занятия.</u> Особенности редакторской подготовки рекламного издания. Работа редактора над макетом издания.	2	ПК-6
	<u>Самостоятельная работа.</u> Особенности читательского адреса рекламных изданий. Понятие целевой группы рекламного воздействия. Оценка редактором текста, иллюстраций. Языково-стилистическое и художественно-техническое оформления рекламного издания	5	
Тема 9. Редакторская подготовка научных изданий и журналов	<u>Практические занятия.</u> Виды и жанры научных изданий. Научная монография и сборник научных трудов, состав, структура и формирование их состава, структура и формирование их части; виды сборников и учет их особенностей при редакторской подготовке. Другие виды научных изданий. Справочный аппарат научного издания, назначение его элементов, требования к их содержанию и оформлению; связь элементов аппарата с основной частью издания.	2	ПК-6
	<u>Самостоятельная работа.</u> Видо-типологическая характеристика журнальных изданий. Тенденции развития системы журналистских жанров. Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры. Аппарат журнального издания, его состав, характеристика элементов аппарата. Издательское оформление аппарата. Особенности издательского оформления содержания журнала и выходных сведений. Виды и функции заголовков в журнальном издании. Иллюстрация как вид информации. Виды иллюстраций. Рынок периодических изданий России. Региональный журнальный рынок (на материале Краснодарского края)	9	
Курсовая работа не предусмотрена			
Контроль 27 час.			

Вид итогового контроля (экзамен)		
	ВСЕГО:	144

ОЗО

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
Тема 1. Содержание процесса организации рекламной деятельности в средствах массовой информации	<u>Лекция.</u> Определение места и роли службы рекламы в СМИ. Планирование работы, координация и согласование деятельности с другими подразделениями СМИ.	1	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u>	—	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	10	
Тема 2. Место и роль рекламы в современных СМИ. Структура и виды рекламы в СМИ	<u>Лекция:</u>	—	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Жанр коммерческого предложения. Криэйтор и копирайтер. Креатив в создании рекламных материалов. Видо-типологический состав рекламных изданий.	1	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Рекламное объявление. Рекламное интервью. Рекламная рецензия	10	
Тема 3. PR как разновидность рекламы в СМИ	<u>Лекция.</u> Пути воздействия рекламы. Текст рекламного произведения	1	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Не предусмотрены	—	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Требования к рекламному тексту. Художественно-техническое оформление рекламных изданий	10	
Тема 4. Реклама как один из методов воздействия на публику	<u>Лекция:</u>	—	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Способы поиска и размещения информации в интернете	1	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа в интернете	0	

Тема 5. Редакторская деятельность в издательском деле: исторический аспект	<u>Лекция:</u> Редакторская работа: история, современность перспективы	1	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Не предусмотрены.	–	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	10	
Тема 6. Книгоиздание и музыкально-издательское дело: общая характеристика	<u>Лекция.</u> Издание и распространение музыкальной литературы в историческом аспекте	0,5	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Книгоиздание и музыкально-издательское дело	1	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	10	
Тема 7. Редакторские аспекты подготовки журналов, буклетов, CD- и MP3-изданий	<u>Лекция.</u> Жанровые особенности произведений, составляющих литературную основу рассматриваемых изданий; формирование основной части издания. Состав и назначение справочного аппарата, требования к отдельным его элементам. Работа редактора на завершающей стадии формирования издания, оформление изданий с учетом специфики их назначения и использования	-	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Этапы редакторской работы над текстом. Виды редакторской правки	1	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой.	10	

Тема 8. Редакторская подготовка рекламных изданий	<u>Практические занятия.</u> Особенности редакторской подготовки рекламного издания. Работа редактора над макетом издания.	1	ПК-6
	<u>Самостоятельная работа.</u> Особенности читательского адреса рекламных изданий. Понятие целевой группы рекламного воздействия. Оценка редактором текста, иллюстраций. Языково-стилистическое и художественно-техническое оформления рекламного издания	10	
Тема 9. Редакторская подготовка научных изданий и журналов	<u>Лекция.</u> Виды и жанры научных изданий. Справочный аппарат научного издания, назначение его элементов, требования к их содержанию и оформлению; связь элементов аппарата с основной частью издания.	0,5	ПК-6
	<u>Практические занятия.</u> Видо-типологическая характеристика журнальных изданий. Аппарат журнального издания, его состав, характеристика элементов аппарата. Издательское оформление аппарата. Особенности издательского оформления содержания журнала и выходных сведений. Виды и функции заголовков в журнальном издании. Иллюстрация как вид информации.	1	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Виды иллюстраций. Рынок периодических изданий России. Региональный журнальный рынок (на материале Краснодарского края)	13	
Курсовая работа не предусмотрена			
Вид итогового контроля (экзамен)			
ВСЕГО:		108	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованием ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм

проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся

В преподавании дисциплины «Реклама и издательская деятельность в СМИ» используется метод системно-целостного анализа. Студентам предлагаются для анализа избранные статьи из газет и журналов с предложением проанализировать их по 10 (предлагаемым) вопросам. На каждом занятии предусматривается свободный обмен мнениями. В соответствии с темой семинарского занятия возможно прослушивание музыкальных записей.

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 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:

- Проверка конспектов студентов;
- устный опрос;
- письменные индивидуальные задания;

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:

- устные ответы;
- написание рефератов и статей по изучаемому разделу дисциплины.

Итоговый контроль по дисциплине проходит в форме зачёта.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций) – не предусмотрены.

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Место и роль рекламы в СМИ.
2. Жанр коммерческого предложения. Криэйтор и копирайтер.
3. Рекламное объявление. Рекламное интервью. Рекламная рецензия.
4. Требования к рекламному тексту.
5. Знаки для внесения исправлений в оригинал.
6. Виды редакторской правки.
7. Целевая группы рекламного воздействия.
8. Макет издания.
9. Справочный аппарат издания.

10. Состав издания.

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций – не предусмотрены.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине – не предусмотрены.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. В чем специфика пунктуации в рекламном тексте?
2. Каковы функции элементов разговорного стиля в тексте рекламного сообщения?
3. Перечислите способы придания удобочитаемости тексту рекламы.
4. Покажите на конкретных примерах использование стилистически окрашенной лексики в текстах рекламы.
5. Дайте характеристику работы редактора над материалами печатной политической рекламы.
6. Раскройте особенности работы редактора над материалами печатной (газетно-журнальной) рекламы потребительских товаров.
7. Покажите на конкретных примерах преимущества и недостатки газет и журналов как носителей рекламной информации.
8. Перечислите права и обязанности редактора-рекламопроизводителя.
9. Раскройте на конкретных примерах психологические приемы в рекламных текстах.
10. Оцените приемы и методы подачи информации, иллюстративный ряд рекламного сообщения. Дайте рекомендации по его улучшению.
11. Выберите вид рекламного издания, покажите его особенности, подготовьте рецензию с рекомендациями по совершенствованию рекламного сообщения.
12. Выявите рекламную идею трех конкретных (по выбору студента) рекламных сообщений - коммерческой, политической или социальной рекламы.

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ – не предусмотрены.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Балабуха, П.И. Роль рекламы в современных СМИ / П.И. Балабуха. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 150 с. - ISBN 978-5-504-00814-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142431> (17.03.2016).
2. Сбитнева, А.А. Основы литературного редактирования: история, теория, практика : учебное пособие / А.А. Сбитнева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 268 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-4582-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435097> (17.03.2016).
3. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - М. : Флинта,

2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470> (17.03.2016).

7.2. Дополнительная литература

1. Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-7996-0741-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310>(17.03.2016).

2. Девлетов, О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990) : учебное пособие для студентов вузов / О.У. Девлетов. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 348 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6473-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705> (17.03.2016).

3. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов / Е.Н. Сердобинцева. - М. : Флинта, 2010. - 81 с. - ISBN 978-5-9765-0910-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575> (17.03.2016).

4. Игнатенко, А.А. Очерки истории российской рекламы / А.А. Игнатенко. - СПб : Алетейя, 2013. - 87 с. - ISBN 978-5-91419-828-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209737> (17.03.2016).

7.3. Периодические издания –

Медиамузыка. *Электронный научный журнал.*

<http://mediamusic.esrae.ru/>

7.4. Интернет-ресурсы – не имеется.

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Самостоятельная работа студентов складывается из подготовки к аналитическим обсуждениям (письменным и устным), из просмотра визуального материала по программным произведениям, из изучения научной литературы.

7.6. Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – Windows XP, Windows 7; пакет прикладных программ MS Office 2007; справочно-правовые системы - Консультант +, Гарант; специализированные программные продукты: Система Дело 8.5 (Электронный документооборот); AutoCAD Design Suite Ultimate 2016 (инструменты для оформления и демонстрации проектных идей); Project Expert 7 Tutorial, сетевая версия, 10 учебных мест (Программа разработки бизнес-планов); MS project Pro 2007 Win32 Russian Disk Kit MVL CD (Программа управления проектами); Corel DRAW Graphics suite X4 Licensing media pack\Corel Draw Graphics Suite X4 Edukation License ML (1-60) (Редактор векторной графики); Adobe In Design CS3 russian (Программа верстки изданий); Adobe Illustrator CS3 Russian (Редактор векторной графики); Adobe InDesign CS6 (программа для верстки буклетов, газет,

журналов); Adobe Acrobat X Pro (создание редактирование PDF документов); Adobe SpeedGrade CS6 (инструмент цветокоррекции); Adobe CS5.5 Adobe Design Premium 5.5 AcademicEdition (Программа для верстки газет, журналов, буклетов).

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Библиотечный фонд укомплектован печатными и (или) электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными преимущественно за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние пять лет), из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся, а также изданиями музыкальных произведений, специальными хрестоматийными изданиями, партитурами, клавирами оперных, хоровых и оркестровых произведений, аудио-видеофондами, мультимедийными материалами согласно профилю подготовки.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной должен включать официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 50 обучающихся.

Электронно-библиотечная система должна обеспечивать возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети интернет.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями должен осуществляться с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____.
- _____;
- _____;
- _____.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)
Протокол №____ от «__» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____ /	_____ /	_____ /	_____ /
(должность)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)
_____ /	_____ /	_____ /	_____ /
(должность)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)

Заведующий кафедрой

_____ /	_____ /	_____ /	_____ /
(наименование кафедры)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)