

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 17.06.2021 15:52:57

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d1c1a6b0a101d1e186d111

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса,
туризма и рекламы



А.В. Кудинова

Протокол № 1 от 27 августа 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.19 ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА И SMM ПРОДВИЖЕНИЕ

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Арт-бизнес и реклама

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

Краснодар
2018

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины по выбору вариативной части Блока 1 дисциплины «Интернет-реклама и smm-продвижение» обучающимся по очной и заочной формам обучения по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль – Арт-бизнес и реклама, в 7 семестре очной формы обучения и 4 семестре заочной формы обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.04.2016 г. № 466, зарегистрированным Министерством юстиции РФ 18 мая 2016 г. № 32142 и основной образовательной программой.

Рецензенты:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры электронных СМИ
и новых медиа Кубанского
государственного университета

Сомова Е.Г.

Кандидат культурологии, доцент
кафедры социально-культурной деятельности КГИК

Кондратьева Л.Н.

Составитель:

А.Ю.Куликов кандидат философских наук, доцент кафедры арт-бизнеса, туризма и рекламы КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса, туризма и рекламы, протокол № 1 от «27» августа 2018 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Интернет-реклама и smm-продвижение» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «28» августа 2018 г., протокол № 1.

© Куликов А.Ю., 2018
© ФГБОУ ВО «КГИК», 2018

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	С.4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	С. 4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	С. 4 -5
4. Структура и содержание дисциплины	С.5-12
4.1. Структура дисциплины:	С.5 -6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С.6-11
5. Образовательные технологии	С. 11
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С.12-14
6.1. Контроль освоения дисциплины	С.11-12
6.2. Оценочные средства	С.12-13
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	С.13-18
7.1. Основная литература	С.13-14
7.2. Дополнительная литература	С.14
7.3. Периодические издания	С. 14
7.4. Интернет-ресурсы	С. 14
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С.14-18
7.6. Программное обеспечение	С. 18
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	С. 18
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 19

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины : формирование навыков использования современных информационных технологий и средств, позволяющих ориентироваться в вопросах получения, обработки и визуального оформления информации в сфере рекламной деятельности.

Задачи:

1. Формирование у студентов знаний, умений в сфере графических программ для создания рекламных продуктов.
2. Освоение студентами информационных технологий в сфере визуальных технологий в сети интернет и социальных сетей в интернет.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина принадлежит к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 ОПОП. Для освоения данной дисциплины необходимо предшествующее освоение дисциплин базовой части Б1.Б.16 «Информационные системы и технологии» и «Информационные технологии и мультимедиа в рекламе и арт-бизнесе»

. Дисциплина «Интернет-реклама и smm-продвижение» необходима для освоения студентами дисциплины вариативной части Б1.В.16 «Брэнддинг и проектирование потребительской культуры», Б1.В.ДВ.3 «Креативное проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общепрофессиональных (ОПК): способностью анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2).

а) профессиональных (ПК):

- владение навыками подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых исследований, приемами библиографического описания, знанием основных библиографических источников и поисковых систем (ПК-5);

- владение навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети Интернет) представления материалов собственных исследований (ПК-6);

- способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8); способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать: - методы и принципы работы с информацией: поиск, анализ, структурирование, подача; - средства и формы эффективного визуального представления информации; - основы макетирования; технологии размещение рекламных объявлений в социальных сетях.

Уметь: - работать с информацией; - эффективно использовать средства визуального представления информации; - создавать анимационные и интерактивные фильмы; - осуществлять монтаж видео и звука

Владеть: - опытом макетирования и подготовки к печати в программе Adobe InDesign; - технологиями настройки рекламы на различных интернет серверах.

Приобрести опыт деятельности: в разработке, создании визуальных коммуникаций в сфере рекламной деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет – 4 зачетных единиц (144 ч.).

По очной форме обучения (7 семестр)

№ 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	К	СР	
1	Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе.	7	1-4	4	8	9	15	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям

2	Основы создания анимации в сфере рекламы и принципы работы Adobe Flash	7	5-8	4	8	9	15	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, зачет
3	Работа с рекламной информацией, визуальное представление информации	7	9-12	4	8	9	15	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, экзамен
4	SMM- продвижение, создание визуального контента в Интернет-рекламе	7	13-17	4	8	9	15	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, экзамен
ИТОГО				16	32	36	60	144/4
Вид итогового контроля								Экзамен

По заочной форме обучения (4 семестр)

№ 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	К	СР	
1	Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе.	7		2		2	31,2/08	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям
2	Основы создания анимации и принципы работы в Adobe Flash в сфере рекламы.	7			2	2	31,2/08	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, зачет
3	Работа с рекламной информацией, визуальное представление информации	7		2		2	31,2/08	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, экзамен
4	SMM- продвижение, создание визуального контента в Интернет-рекламе	7			4	3	31,2/08	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, экзамен

ИТОГО	4	6	9	125	144/4
Вид итогового контроля					Экзамен

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

По очной форме обучения (7 семестр)

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)
1	2	3	
Раздел 1. Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе.			
Тема 1.1 Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе.	Лекции: Классификация видов и форм Интернет-рекламы. Системы верстки Adobe InDesign, Adobe PageMaker, Quark Xpress. Преимущества и недостатки, возможности в сфере допечатной подготовки и верстки.	2/0,05	ОПК-2 ПК-5 ПК-6 ПК-8 ПК-9
	Практические занятия (семинары): Вопросы: 1. 1.Классификация видов и форм Интернет-рекламы. 2. Системы верстки 3. Быстрое управление интерфейсом 4. Быстрая настройка параметров текста. 5. Работа с палитрами. 6. Работа с шаблонами и графикой.	8/0,2	
	Самостоятельная работа: отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях, подготовка заданий, выполненных по шаблонам	15/0,4	
Раздел 2. Основы создания анимации и принципы работы в Adobe Flash в сфере рекламы.			
Тема 2.1. Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash.	Лекции: понятие и типы символов в среде Flash. Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash. Инструменты создания графических объектов. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов. Создание и редактирование иллюстраций, режимы	2/0,05	ОПК-2 ПК-5 ПК-6 ПК-8 ПК-9

	рисования.		
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash 2. Инструменты создания графических объектов 3. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов 4. Создание и редактирование иллюстраций, режимы рисования.	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на лабораторных и практических занятиях, выполнение заданий	7,5/0,2	
<u>Тема 2.2.</u> Понятие анимации и других характеристик рекламного фильма.	<u>Лекции:</u> типы анимации, покадровое анимирование, анимация формы, технология создания анимационных фильмов	2/0,1	
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Понятие кадра, частоты кадров, использование шкалы времени для создания анимации. 2. Анимирование маски. 3. Инструмент «Кость». 4. Создание символов типа «кнопка» и «клип»	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях, выполнение задания	7,5/0,2	
Раздел 3. Работа с рекламной информацией, визуальное представление информации			
<u>Тема 3.1</u> Средства поиска рекламной информации в Интернете.	<u>Лекции:</u> понятие, компоненты, виды и принципы работы в информационно-поисковой системе.	2/0,0,5	ОПК-2 ПК-5 ПК-6 ПК-8 ПК-9
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Особенности поиска информации с использованием поисковой системы Google 2. Особенности поиска информации с использованием поисковой системы Яндекс 3. Особенности поиска информации с использованием поисковой системы Yahoo	8/0,2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях.	15/0,4	
Раздел 4. SMM- продвижение, создание визуального контента в Интернет-рекламе			
<u>Тема 4.1.</u> Контент-маркетинг	<u>Лекции:</u> основные виды и направления контента для различных соцсетей.	2/0,05	ОПК-2 ПК-5

для соцмедиа	Варианты взаимодействия с контентом Ошибки контент-маркетинга		ПК-6 ПК-8 ПК-9
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Разработка бренд-платформы и контент-стратегии	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Основные виды и направления контента для различных соцсетей. 2. Варианты взаимодействия с контентом. 3. Разработка бренд-платформы и контент-стратегии	7,5/0,2	
Тема 4.2 Продвижение и реклама во "ВКонтакте" и в Facebook	<u>Лекции:</u> Основные виды и направления контента для различных соц-сетей. Варианты взаимодействия с контентом Ошибки контент-маркетинга		
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1)Таргетированная реклама в Facebook: принципы и инструменты 2)Таргетированная реклама "ВКонтакте": принципы и инструменты	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к семинару	7,5/0,2	
Контроль		36	
Вид итогового контроля		Экзамен	
ВСЕГО:		144/4	

По заочной форме обучения (7 семестр)

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)
1	2	3	
Раздел 1. Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе.			
Тема 1.1 Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе.	<u>Лекции:</u> Классификация видов и форм Интернет-рекламы. Системы верстки Adobe InDesign, Adobe PageMaker, Quark Xpress. Преимущества и недостатки, возможности в сфере допечатной подготовки и верстки.	2/0,05	ОПК-2 ПК-5 ПК-6 ПК-8 ПК-9

	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Классификация видов и форм Интернет-рекламы. 2. Системы верстки 3. Быстрое управление интерфейсом 4. Быстрая настройка параметров текста. 5. Работа с палитрами. Работа с шаблонами и графикой.	31,2/08	
Раздел 2 Основы создания анимации и принципы работы в Adobe Flash в сфере рекламы.			
<u>Тема 2.1.</u> Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash.	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-2 ПК-5 ПК-6 ПК-8 ПК-9
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash 2. Инструменты создания графических объектов 3. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов 4. Создание и редактирование иллюстраций, режимы рисования.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> работа с литературой и Интернет-ресурсами; отработка навыков, полученных на лабораторных и практических занятиях, выполнение заданий	15,6/0,4	
<u>Тема 2.2.</u> Понятие анимации и других характеристик рекламного фильма.	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		
	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Понятие кадра, частоты кадров, использование шкалы времени для создания анимации. 2. Анимирование маски. 3. Инструмент «Кость». 4. Создание символов типа «кнопка» и «клип» отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях, выполнение задания	15,6/0,4	
Раздел 3. Работа с рекламной информацией, визуальное представление информации			
<u>Тема 3.1</u> Средства поиска информации в	<u>Лекции:</u> понятие, компоненты, виды и принципы работы в информационно-поисковой системе в сети Интернет.	2/0,05	ОПК-2 ПК-5 ПК-6

интернете.	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены		ПК-8 ПК-9
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Особенности поиска информации с использованием поисковой системы Google 2. Особенности поиска информации с использованием поисковой системы Яндекс 3. Особенности поиска информации с использованием поисковой системы Yahoo отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях.	31,2/08	
Раздел 4. SMM- продвижение, создание визуального контента в Интернет-рекламе			
Тема 4.1. Контент-маркетинг для соцмедиа	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-2 ПК-5 ПК-6 ПК-8 ПК-9
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Разработка бренд-платформы и контент-стратегии	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Основные виды и направления контента для различных соцсетей. 2. Варианты взаимодействия с контентом 3. Ошибки контент-маркетинга подготовка к семинару	15,6/0,4	
Тема 4.2 Продвижение и реклама во "ВКонтакте" и в Facebook	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Таргетированная реклама в Facebook: принципы и инструменты 2. Таргетированная реклама "ВКонтакте": принципы и инструменты	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> работа с литературой и Интернет-ресурсами подготовка к практическому занятию.	15,6/0,4	
Контроль		22	
Вид итогового контроля		Экзамен	
ВСЕГО:		144/4	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Лекции, практические занятия с использованием электронных средств информации, лабораторные работы, самостоятельное изучение литературы, проблемное обучение, обучение на основе опыта, интерактивное обучение.

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:

- результаты лабораторных работ
- устный опрос

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:

- устный опрос
- оценка самостоятельно выполненных заданий по отработке навыков полученных на практических занятиях

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий – не предусмотрено

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Охарактеризуйте систему верстки Adobe InDesign
2. Перечислите инструменты создания графических объектов.
3. Дайте сравнительную характеристику комфортному, акцентному и нелинейному видеомонтажей.
4. Перечислите программы, предназначенные для монтажа цифрового видео.
5. Какие типы файлов используются при монтаже звукового сопровождения?
6. Инструменты создания графических объектов.
7. Перечислите системы верстки.
8. Типы анимации
9. Форматы звуковых и видеофайлов.

6.2.3. Тематика эссе (рефераты, презентации не предусмотрены)

1. Особенности поиска информации в поисковой системе Google.

2. Особенности поиска информации в поисковой системе Яндекс.
3. Особенности поиска информации в поисковой системе Yahoo.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

- 1.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Системы верстки.
2. Возможности, преимущества и недостатки Adobe InDesign.
3. Возможности, преимущества и недостатки PageMaker
4. Возможности, преимущества и недостатки Quark Xpress.
5. Основные понятия и типы символов в среде Flash.
6. Инструменты создания графических объектов
7. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов.
8. Анимирование маски.
9. Возможности инструмента «Кисть».
10. Принципы создания символов типа «кнопка» и «клип».
11. Акцентный видеомонтаж.
12. Анимация формы.
13. Виды ИМС.
14. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов Flash.
15. Звуковое сопровождение видеоряда.
16. Инструменты создания графических объектов.
17. Использование шкалы времени.
18. Комфортный видеомонтаж.
19. Нелинейный видеомонтаж.
20. Особенности поиска информации в поисковой системе Google.
21. Особенности поиска информации в поисковой системе Yahoo.
22. Покадрирование.
23. Понятие и возникновение монтажа.
24. Понятие и типы символов Flash.
25. Понятие, компоненты ИМС (информационно-поисковой системы).
26. Принципы работы в поисковых системах.
27. Программы, предназначенные для монтажа цифрового видео.
28. Система верстки Adobe InDesign.
29. Система верстки Adobe PageMaker.
30. Система верстки Quark Xpress.
31. Технология создания анимационных фильмов. Типы анимации
32. Форматы звуковых и видеофайлов.
33. Таргетированная реклама в Facebook: принципы и инструменты

34. Таргетированная реклама "ВКонтакте": принципы и инструменты

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены

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

7.1. Основная литература

1. Гордукалова, Г.Ф. Технологии анализа и синтеза профессиональной информации: учеб.-практ. пособие / Г. Ф. Гордукалова. - СПб. : Профессия, 2015. - 543 с
2. Информатика. Базовый курс : учеб. пособие / под ред. С.В. Симоновича; [гриф МО]. - 3-е изд. - М.; СПб. [и др.] : Питер, 2016. - 637 с.;
3. Исаев Г.Н. Информационные технологии: учебное пособие. - М. : Омега-Л, 2012 // URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79731>
4. Исакова А.И. Информационные технологии : учебное пособие. - Томск: Эль Контент, 2012 // URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208647>;
5. Советов, Б.Я. Информационные технологии : учеб. для бакалавров: [гриф МО] / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. - 6-е изд. - М. : Юрайт, 2012. - 263 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Зенгин, С.С. Проекты и проектная деятельность в социокультурной сфере [Текст] : учеб. пособие / С. С. Зенгин. - Краснодар : КГИК, 2016. - 171 с. - ISBN 978-5-94825-223-0
2. Отраслевые информационные ресурсы: учеб. / под ред. Р.С. Гиляревского, Т.В. Захарчук. - СПб. : Профессия, 2015. - 415 с.
3. Сети и телекоммуникации [Текст] : учеб. и практикум для академического бакалавриата [гриф УМО] / под ред. К.Е. Самуйлова, И.А. Шалимова, Д.С. Кулябова; РУДН. - М. : Юрайт, 2017. - 363 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-03113-3 : 1117.00.
4. Рылько, М.А. Компьютерные технологии в проектировании [Текст] : учеб. пособие [гриф УМО] / М. А. Рылько. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - М. : АСВ, 2016. - 326 с. : ил. - ISBN 978-5-4323-0184-0 : 754.00.
5. Никсон, Р. Создаем динамические веб-сайты с помощью PHP, MySQL, JavaScript, CSS и HTML5 [Текст] / Р. Никсон ; пер. с англ. Н. Вильчинского. - 4-е изд. - СПб.; М. [и др.] : Питер, 2018. - 766 с. : ил. - (Бестселлеры O'Reilly). - ISBN 978-5-496-02146-3. - ISBN 978-1491918661 англ. : 1035.00.

7.3. Периодические издания

1. Реклама. Теория и практика
2. Рекламные Технологии

7.4. Интернет-ресурсы

URL: <http://www.Advertology.ru>;

URL: <http://www.Sostav.ru>

7.5 Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на Лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала.

Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому

следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций

Кейс (в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно предсказать или измерить. Кейс, охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо.

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

Зачастую в кейсах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.

Типы кейсов:

- *Структурированный (highly structured) кейс*, в котором дается минимальное количество дополнительной информации.
- *Маленькие наброски (short vignettes)* содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.
- *Большие неструктурированные кейсы (long unstructured cases)* объемом до 50 страниц.

Способы организации разбора кейса:

- ведет преподаватель;
- ведет студент;
- группы студентов представляют свои варианты решения;
- письменная домашняя работа.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов: используйте знания, полученные в процессе лекционного курса, внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами, не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

1. Выделение проблемы.
2. Поиск фактов по данной проблеме.
3. Рассмотрение альтернативных решений.
4. Выбор обоснованного решения.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора

**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)