

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия
имени В.Р. Филиппова»**

Экономический факультет

СОГЛАСОВАНО
Заведующий
выпускающей кафедрой
Социально-гуманитарные
науки, реклама и туризм

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического
факультета

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)**

**Б1.В.ДВ.01.02 Технология создания рекламного продукта
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в АПК**

бакалавр

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

Разработчик (и)

_____ И.О.Фамилия

подпись

_____ уч.ст., уч. зв.

Внутренние эксперты:

Председатель методической
комиссии

_____ И.О.Фамилия

подпись

_____ уч.ст., уч. зв.

Заведующий методическим
кабинетом УМУ

_____ И.О.Фамилия

подпись

Директор библиотеки

_____ И.О.Фамилия

подпись

Улан – Удэ, 2022

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

От «__» _____ 20__ г. протокол № ____

Зав. кафедрой Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии экономического факультета от «__» _____ 20__ г., протокол № ____.

Председатель методической комиссии экономического факультета

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Внешний эксперт (представитель работодателя) _____

подпись

И.О.Фамилия

№ п/п	Учебный год	Одобрено на заседании кафедры		«Утверждаю» Заведующий кафедрой (ФИО)	
		Протокол	Дата	Подпись	Дата
1	20__/20__ г.г.	№ ____	«__»_20__ г		«__»_20__ г
2	20__/20__ г.г.	№ ____	«__»_20__ г		«__»_20__ г
3	20__/20__ г.г.	№ ____	«__»_20__ г		«__»_20__ г
4	20__/20__ г.г.	№ ____	«__»_20__ г		«__»_20__ г
5	20__/20__ г.г.	№ ____	«__»_20__ г		«__»_20__ г

1. ОСНОВАНИЯ ДЛЯ ВВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ЕЕ СТАТУС

1.1 Основания для введения дисциплины (модуля) в учебный план:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённый приказом Министерства образования и науки от 08.06.2017 № 512;
- Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 535н
- Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 629н

1.2 Статус дисциплины (модуля) в учебном плане:

- относится к вариативной части блока 1 «Дисциплины» ОПОП, дисциплина по выбору
- является дисциплиной, обязательной для изучения, если выбрана обучающимся

1.3 В рабочую программу дисциплины в установленном порядке могут быть внесены изменения и дополнения, осуществляемые в рамках планового ежегодного и ситуативного совершенствования, которые отражаются в п. 8 рабочей программы.

2. ЦЕЛЕВАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП. ЛОГИЧЕСКИЕ И СОДЕРЖАТЕЛЬНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДИСЦИПЛИНЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ И ПРАКТИКАМИ В СОСТАВЕ ОПОП

2.1 Процесс изучения дисциплины (модуля) в целом направлен на подготовку обучающегося к следующим видам (типам задач) профессиональной деятельности: проектный, к решению им профессиональных задач, предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки, а также ОПОП ВО академии, в рамках которой преподаётся данная дисциплина.

Цель дисциплины (модуля): получение знаний по теоретическим основам и приобретение практических навыков и умений, необходимых для профессиональной подготовки в области технологии создания рекламного продукта.

Задачи:

- изучить основные понятия и термины, применяемые в технологии создания рекламного продукта, основные этапы разработки, производства и распространения рекламного продукта;
- изучить технологию подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции;
- овладеть основными методами создания рекламного продукта.

2.2 Планируемые результаты освоения ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 Технология создания рекламного продукта в соответствии с требованиями ФГОС ВО направлена на формирование следующих компетенций:

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1	2	3	4	5	
Профессиональные компетенции самостоятельные					
ПКС-3	Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и/или коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКС-3.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	Знает особенности планирования рекламной или PR кампании, этапы создания коммуникационного продукта, виды исследований	Умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта

2.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: основные понятия и термины, применяемые в технологии создания рекламного продукта, основные этапы разработки, производства и распространения рекламного продукта;

уметь: разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты; под контролем организовывать и осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции;
 владеть: основными методами создания рекламного продукта, выступать в качестве организатора процесса и создателя рекламного продукта; методами продвижения рекламного продукта.

2.4 Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций в рамках дисциплины (модуля)

Код и название компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
Характеристика сформированности компетенции								
			Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Критерии оценивания								
ПКС-3 Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные/или коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКС-3.3	Полнота знаний	знает и понимает особенности планирования рекламной или PR кампании, этапы создания коммуникационного продукта, виды исследований	не знает и не понимает особенности планирования рекламной или PR кампании, этапы создания коммуникационного продукта, виды исследований	плохо знает и понимает особенности планирования рекламной или PR кампании, этапы создания коммуникационного продукта, виды исследований	знает и понимает особенности планирования рекламной или PR кампании, этапы создания коммуникационного продукта, виды исследований, однако допускает некоторые неточности	хорошо знает и понимает особенности планирования рекламной или PR кампании, этапы создания коммуникационного продукта, виды исследований	Перечень вопросов к зачету, комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов, перечень практических заданий для самостоятельной работы, печенье кейс-заданий, комплект тестовых заданий
		Наличие умений	умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта, применять маркетинговые технологии и бренд-	не умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта, применять маркетинговые технологии и бренд-	Умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта, но не может применять маркетинговые технологии	Умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта, применять маркетинговые технологии	в полной мере умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта, применять маркетинговы	

			коммуникационного продукта, применять маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	менеджмента	бренд-менеджмента	и технологии бренд-менеджмента, но допускает ошибки	е технологии бренд-менеджмента	
	Наличие навыков (владение опытом)	навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	не владеет навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	плохо владеет навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	владеет навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта, но допускает некоторые неточности	в полной мере владеет результатами исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта		

2.5 Этапы формирования компетенций

№	Код и наименование компетенции	Этап формирования компетенции	Наименование дисциплин (модулей), практик и ГИА обеспечивающих формирование компетенции
1	ПКС –3 Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и/или коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	1 этап	Б1.В.ДВ.01.01 Проектирование в рекламе и PR Б1.В.ДВ.01.02 Технология создания рекламного продукта Б2.О.02.01(П) Профессионально-творческая практика
		2 этап	Б1.В.02.04 Методика проведения социологических исследований Б1.В.ДВ.02.01 Техника и технология СМИ Б1.В.ДВ.02.02 Связи с общественностью в органах власти
		3 этап	Б1.В.ДВ.04.01 Современная пресс-служба Б1.В.ДВ.04.02 Корпоративный PR Б2.О.02.01(П) Профессионально-творческая практика
		4 этап	Б1.В.02.01 Психология рекламы и связей с общественностью
		5 этап	Б1.В.01.08 Избирательные технологии Б2.О.02.02(Пд) Преддипломная практика Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

2.4 Логические, методические и содержательные взаимосвязи дисциплины (модуля) с другими дисциплинами (модулями) и практиками в составе ОПОП

Дисциплины (модуля), практики, на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)		Индекс и наименование дисциплин (модулей), практик, для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает основой	Индекс и наименование дисциплин (модулей), практик, с которыми данная дисциплина (модуль) осваивается параллельно в ходе одного семестра
Индекс и наименование дисциплины (модуля)	Перечень требований, сформированных в ходе изучения предшествующих (в модальности «знать и понимать», «уметь делать», «владеть навыками»)		
1	2	3	4
		Б1.В.02.04 Методика проведения социологических	Б1.В.ДВ.01.01 Проектирование в рекламе и PR

		исследований Б1.В.ДВ.02.01 Техника и технология СМИ Б1.В.ДВ.02.02 Связи с общественностью в органах власти Б1.В.ДВ.04.01 Современная пресс-служба Б1.В.ДВ.04.02 Корпоративный PR Б2.О.02.01(П) Профессионально-творческая практика Б1.В.02.01 Психология рекламы и связей с общественностью Б1.В.01.08 Избирательные технологии Б2.О.02.02(Пд) Преддипломная практика Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	Б2.О.02.01(П) Профессионально-творческая практика
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------

3. СТРУКТУРА И ТРУДОЕМКОСТЬ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Вид учебной работы	Трудоемкость, час	
	семестр, курс	
	очная форма	заочная форма
	4 сем.	2 курс
1	2	3
1. Аудиторные занятия, всего	90	26
- занятия лекционного типа	36	10
- занятия семинарского типа (включая лабораторные работы)	54	16
2. Внеаудиторная академическая работа	18	78
2.1 Фиксированные виды внеаудиторных самостоятельных работ:		
2.2 Самостоятельная работа	18	78
3. Получение зачёта по итогам освоения дисциплины/ или сдача экзамена по итогам освоения дисциплины		4
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	Часы	108
	Зачетные единицы	3
		108
		3

4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

4.1 Укрупненная содержательная структура дисциплины (модуля) и общая схема ее реализации в учебном процессе

Номер и наименование раздела дисциплины. Темы раздела	Трудоемкость раздела и ее распределение по видам учебной работы, час.								Формы промежуточной аттестации	Коды компетенций, на формирование которых ориентирован раздел
	общая	Аудиторная работа				ВАПО				
		всего	занятия лекционного типа	практические (всех форм)	лабораторные работы	всего	Фиксированные виды			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Очная/ форма обучения										
Теоретические основы создания рекламного продукта										
1	1.1 Психология восприятия рекламного продукта потребителем	9	8	4	4		1		ПКС-3	
	1.2 Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта	7	6	2	4		1			
	1.3 Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе	7	6	2	4		1			
	1.4 Жанры рекламы	7	6	2	4		1			
	1.5 Разработка стратегии рекламного текста	7	6	2	4		1			
	1.6 Копирайтинг и его основные понятия	8	6	2	4		2			
	1.7 Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста	9	8	4	4		1			
Разработка и производство рекламного продукта										
	2.1 Взаимодействие вербальной и	7	6	2	4		1			

2	невербальной информации в рекламном продукте								
	2.2 Принципы создания рекламного текста для различных видов распространения рекламы	7	6	2	4		1		
	2.3 Художественное редактирование в рекламе	8	6	2	4		2		
	2.4 Художественный креатив в создании рекламного объявления	10	8	4	4		2		
	2.5 Конструирование упаковки	5	4	2	2		1		
	2.6 Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	10	8	4	4		2		
	2.7 Оценка социально-психологической эффективности рекламного продукта	7	6	2	4		1		
Промежуточная аттестация			x	x	x	x	x	x	Зачет
Итого по дисциплине		108	90	36	54		18		
Заочная форма обучения									
Теоретические основы создания рекламного продукта									ПКС-3
1	1.1 Психология восприятия рекламного продукта потребителем	8	2		2		6		
	1.2 Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта	8	2	2			6		
	1.3 Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе	8	2		2		6		
	1.4 Жанры рекламы	6	2		2		4		
	1.5 Разработка стратегии рекламного текста	8	2	2			6		
	1.6 Копирайтинг и его основные понятия	8	2		2		6		
	1.7 Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста	8	2		2		6		
Разработка и производство рекламного продукта									
2	2.1 Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте	8	2		2		6		ПКС-3
	2.2 Принципы создания рекламного текста для различных видов распространения рекламы	6	2	2			4		
	2.3 Художественное редактирование в рекламе	8	2		2		6		
	2.4 Художественный креатив в создании рекламного объявления	8	2	2			6		
	2.5 Конструирование упаковки	4					4		
	2.6 Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	10	4	2	2		6		
	2.7 Оценка социально-психологической эффективности рекламного продукта	6					6		
Контроль		4						4	
Промежуточная аттестация			x	x	x	x	x		зачет
Итого по дисциплине		108	26	10	16		78	4	

4.2 Занятия лекционного типа

№	Темы		Трудоемкость по разделу, час.		Применяемые интерактивные формы обучения	
			очная форма	заочная форма		
раздела	лекции					
1	2	3		4	5	6
1	1	Тема: Психология восприятия рекламного продукта потребителем		4		
	2	Тема: Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта		2	2	
	3	Тема: Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе		2		
	4	Тема: Жанры рекламы		2		
	5	Тема: Разработка стратегии рекламного текста		2	2	
	6	Тема: Копирайтинг и его основные понятия		2		
	7	Тема: Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста		4		
2	8	Тема: Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте		2		
	9	Тема: Принципы создания рекламного текста для различных видов распространения рекламы		2	2	

	10	Тема: Художественное редактирование в рекламе	2		
	11	Тема: Художественный креатив в создании рекламного объявления	4	2	Лекция-визуализация
	12	Тема: Конструирование упаковки	2		
	13	Тема: Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	4	2	
	14	Тема: Оценка социально-психологической эффективности рекламного продукта	2		
Общая трудоемкость лекционного курса			36	10	
Всего лекций по дисциплине:			час.	Из них в интерактивной форме:	
- очная форма обучения			36	- очная форма обучения	
- заочная форма обучения			10	- заочная форма обучения	
					4
					2

4.3 Занятия семинарского типа

№	Темы	Трудоемкость по разделу, час.		Используемые интерактивные формы	Форма занятия (ЛР, ПЗ)	Форма текущего контроля успеваемости	
		очная форма	заочная форма				
1	2	3	4	5	6	7	8
1	1	Психология восприятия рекламного продукта потребителем	4	2		ПЗ	Устный опрос
	2	Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта	4			ПЗ	Устный опрос
	3	Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе	4	2	Кейс-задание	ПЗ	Проверка кейс-задания
	4	Жанры рекламы	4			ПЗ	Устный опрос
	5	Разработка стратегии рекламного текста	4			ПЗ	Устный опрос
	6	Копирайтинг и его основные понятия	4			ПЗ	Устный опрос
	7	Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста	4	2		ПЗ	Устный опрос
2	8	Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте	4	2		ПЗ	Устный опрос
	9	Принципы создания рекламного текста для различных видов распространения рекламы	4			ПЗ	Проверка задания
	10	Художественное редактирование в рекламе	4	2		ПЗ	Устный опрос
	11	Художественный креатив в создании рекламного объявления	4		Кейс-задание	ПЗ	Проверка кейс-задания
	12	Конструирование упаковки	2			ПЗ	Устный опрос
	13	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	4	2		ПЗ	Устный опрос
	14	Оценка социально-психологической эффективности рекламного продукта	4			ПЗ	Тестирование
Всего занятий семинарского типа по дисциплине:			час.	Из них в интерактивной форме:		час.	
- очная форма обучения			54	- очная форма обучения		8	
- заочная форма обучения			16	- заочная форма обучения		2	

5. ПРОГРАММА ВНЕАУДИТОРНОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ (ВАРО) ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1 Фиксированные виды внеаудиторных самостоятельных работ – не предусмотрены

5.2 Самостоятельная работа

Номер раздела дисциплины	Тема в составе раздела	Вид работы	Расчетная трудоемкость, час	Форма текущего контроля успеваемости
1	2	3	4	5
Очная форма обучения				
1	Психология восприятия рекламного продукта потребителем	Решение практических заданий	1	Проверка выполненного задания
	Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта	Кейс-задание	1	Проверка выполненного задания
	Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе	Работа с литературой и интернет ресурсами. Составление таблицы	1	Представление таблицы
	Жанры рекламы	Работа с литературой и интернет ресурсами. Составление таблицы	1	Представление таблицы
	Разработка стратегии рекламного текста	Составление рекламных текстов	1	Представление рекламных текстов
	Копирайтинг и его основные понятия	Работа с литературой и интернет ресурсами.	2	Устный опрос
	Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста	Решение практических заданий	1	Проверка выполненного задания
2	Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте	Разработка информационного рекламного обращения	1	Представление информационного рекламного обращения
	Принципы создания рекламного текста для различных видов распространения рекламы	Кейс-задание	1	Проверка выполненного задания
	Художественное редактирование в рекламе	Работа с литературой и интернет ресурсами.	2	Устный опрос
	Художественный креатив в создании рекламного объявления	Создание дизайна пакетов для покупок	2	Представление макета
	Конструирование упаковки	Работа с литературой и интернет ресурсами.	1	Устный опрос
	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	Работа с литературой и интернет ресурсами	2	Устный опрос
	Оценка социально-психологической эффективности рекламного продукта	Работа с литературой и интернет ресурсами	1	Устный опрос
Итого:			18	
Заочная форма обучения				
1	Психология восприятия рекламного продукта потребителем	Решение практических заданий	6	Проверка выполненного задания
	Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта	Кейс-задание	6	Проверка выполненного задания
	Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе	Работа с литературой и интернет ресурсами. Составление таблицы	6	Представление таблицы
	Жанры рекламы	Работа с литературой и интернет ресурсами. Составление таблицы	4	Представление таблицы
	Разработка стратегии рекламного текста	Составление рекламных текстов	6	Представление рекламных текстов
	Копирайтинг и его основные понятия	Работа с литературой и интернет ресурсами.	6	Устный опрос
	Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста	Решение практических заданий	6	Проверка выполненного задания
Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном	Разработка информационного	6	Представление информационного	

2	продукте	рекламного обращения		рекламного обращения
	Принципы создания рекламного текста для различных видов распространения рекламы	Кейс-задание	4	Проверка выполненного задания
	Художественное редактирование в рекламе	Работа с литературой и интернет ресурсами.	6	Устный опрос
	Художественный креатив в создании рекламного объявления	Создание дизайна пакетов для покупок	6	Представление макета
	Конструирование упаковки	Работа с литературой и интернет ресурсами.	4	Устный опрос
	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	Работа с литературой и интернет ресурсами	6	Устный опрос
	Оценка социально-психологической эффективности рекламного продукта	Работа с литературой и интернет ресурсами	6	Устный опрос
	Итого:		78	

6 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1 Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины: Б1.В.ДВ.01.02 Технология создания рекламного продукта	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
1	2
Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины	
1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	зачёт
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины 2) процедура проводится в рамках ВАРО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине
Процедура получения зачёта -	Представлены в оценочных материалах по данной дисциплине
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

7. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Перечень литературы, рекомендуемой для изучения дисциплины

Автор, наименование, выходные данные 1	Доступ 2
Основная литература	
Романов, А. А. Разработка рекламного продукта: учебное пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. - 256 с.	https://znanium.com/catalog/product/1015329
Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. - 272 с.	https://znanium.com/catalog/product/1002094
Дополнительная литература	
Макарова, Т. В. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама" / Т. В. Макарова. - 1. - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 271 с.	http://znanium.com/go.php?id=1028736
Мудров, А. Н. Основы рекламы: хрестоматия / А. Н. Мудров. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 301 с. (7 экз.)	Библиотека БГСХА
Технология создания рекламного текста: Методическое пособие/ Обидин Д.Л. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 32 с.	https://znanium.com/catalog/product/501414
Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 352 с.	http://znanium.com/catalog/product/961748

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и локальных сетей академии, необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Удаленные электронные сетевые учебные ресурсы временного доступа, сформированные на основании прямых договоров с правообладателями (электронные библиотечные системы - ЭБС)

Наименование	Доступ
1	2
Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М»	http://znanium.com
Электронно-библиотечная система Издательства «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com
Электронно-библиотечная система Издательства ЮРАИТ	http://urait.ru
2. Электронные сетевые ресурсы открытого доступа (профессиональные базы данных, массовые открытые онлайн-курсы и пр.):	
1	2
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru
Исследовательская компания Mediascope	https://mediascope.net/
Гарант.Ру: информационно-правовой портал	https://www.garant.ru
3. Электронные учебные и учебно-методические ресурсы, подготовленные в академии:	
Автор, наименование, выходные данные	Доступ
1	2
Технология создания рекламного продукта [Электронный ресурс]: методические рекомендации к самостоятельной работе для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Сост.: Э.С.Гунтыпова, Н.С. Будникова– Улан-Удэ: ФГБОУ ВО БГСХА, 2020. – 52 с.	http://bgsha.ru/art.php?i=3024

7.3. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Учебно-методическая литература	
Автор, наименование, выходные данные	Доступ
1	2
Технология создания рекламного продукта [Электронный ресурс]: методические рекомендации к самостоятельной работе для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Сост.: Э.С.Гунтыпова, Н.С. Будникова– Улан-Удэ: ФГБОУ ВО БГСХА, 2020. – 52 с.	http://bgsha.ru/art.php?i=3024

7.4 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Программные продукты, необходимые для освоения учебной дисциплины		
Наименование программного продукта (ПП)	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данный продукт	
1	2	
Microsoft OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc Договор № ПП-61/2015 г. О поставке программных продуктов от 9 декабря 2015 года	Занятия лекционного типа, семинарского типа, самостоятельная работа	
Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc Договор № ПП-61/2015 г. О поставке программных продуктов от 9 декабря 2015 года	Занятия семинарского типа, самостоятельная работа	
Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level Государственный контракт № 25 от 1 апреля 2008 г.	Занятия лекционного типа, семинарского типа, самостоятельная работа	
Система дифференцированного интернет-обучения CMS «Moodle»	Занятия семинарского типа, самостоятельная работа	
2. Информационные справочные системы, необходимые для реализации учебного процесса		
Наименование справочной системы	Доступ	
1	2	
Информационно-правовой портал «Гарант»	в локальной сети академии в электронном читальном зале (БИК, каб. 276) http://www.garant.ru	
Справочно-поисковая система «Консультант Плюс»	http://www.consultant.ru/	
3. Специализированные помещения и оборудование, используемые в рамках информатизации учебного процесса		
Наименование помещения	Наименование оборудования	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данное помещение
1	2	3
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 419 (670024, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул.Пушкина, д.№8)	34 посадочных места, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, доска учебная, мультимедийный проектор (переносной), проекционный экран, ноутбук с возможностью подключения к сети Интернет и доступом в ЭИОС. 5 стендов. Список ПО на ноутбуке: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level ,	Занятия лекционного, семинарского типа

	Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE	
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 269 (670024, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул.Пушкина, д.№8)	38 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, доска 3-х модульная, мультимедийный проектор, проекционный экран, компьютер с возможностью подключения к сети Интернет и доступом в ЭИОС, телевизор, видеомагнитофон, звуковые колонки. 1 стенд Список ПО на ноутбуке: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE	Занятия лекционного, семинарского типа
Помещение для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) №415 – медиалаборатория (670024, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Пушкина, д.№8)	10 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, персональный компьютер (сист.блок Athlon64X[24000r, монитор Acer17), ноутбук (SamsungNP300E5E-S07) – 1 шт., ноутбук Asus – 2 шт. с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС, штатив для светодиодных прожекторов – 4шт., светодиодный прожектор – 6шт., цифровой диктофон, штатив Rekam Escorod E-155 – 3 шт., видеокамера Panasonic, зеркальная камера Canon. Список ПО на ноутбуке, компьютере: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE	Самостоятельная работа
Помещение для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) №408 (670024, Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Пушкина, д. №8)	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, учебная доска, компьютеры (Снежный барс Athlon IIX2) с подключения к сети Интернет и доступом в ЭИОС – 7 шт. Список ПО на компьютерах: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE	Самостоятельная работа
4. Информационно-образовательные системы (ЭИОС)		
Наименование ЭИОС	Доступ	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данная система
1	2	3

Официальный сайт академии	http://bgsha.ru/	Занятия семинарского типа, занятия лекционного типа, самостоятельная работа
Образовательная среда академии Moodle	http://moodle.bgsha.ru/	Занятия семинарского типа, занятия лекционного типа, самостоятельная работа
АС «Контингент»	в локальной сети академии	-
АС «Аспирантура и докторантура»	в локальной сети академии	-
Корпоративный портал академии	http://portal.bgsha.ru/	Занятия семинарского типа, занятия лекционного типа, самостоятельная работа
ИС «Планы»	в локальной сети академии	-
Портфолио обучающегося	http://portal.bgsha.ru/cadreserve/portfolio/	Самостоятельная работа
Сайт научной библиотеки	http://lib.bgsha.ru/	Занятия семинарского типа, занятия лекционного типа, самостоятельная работа
Электронная библиотека БГСХА	http://irbis.bgsha.ru/	Занятия семинарского типа, занятия лекционного типа, самостоятельная работа

7.5 Материально-техническое обеспечение учебного процесса по дисциплине (модулю)

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы. Номер аудитории. Адрес (согласно лицензии)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2	3
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 419 (670024, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул.Пушкина, д.№8)	34 посадочных места, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, доска учебная, мультимедийный проектор (переносной), проекционный экран, ноутбук с возможностью подключения к сети Интернет и доступом в ЭИОС. 5 стендов. Список ПО на ноутбуке: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmс. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE
2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 269 (670024, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул.Пушкина, д.№8)	38 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, доска 3-х модульная, мультимедийный проектор, проекционный экран, компьютер с возможностью подключения к сети Интернет и доступом в ЭИОС, телевизор, видеомагнитофон, звуковые колонки. 1 стенд Список ПО на ноутбуке: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmс. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE
3	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) №415 – медиалаборатория (670024, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Пушкина, д.№8)	10 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, персональный компьютер (сист.блок Athlon64X[24000г, монитор Acer17), ноутбук (SamsungNP300E5E-S07) – 1 шт., ноутбук Asus – 2 шт. с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС, штатив для светодиодных прожекторов – 4шт., светодиодный прожектор – 6шт., цифровой диктофон, штатив Rekam Escopod E-155 – 3 шт., видеокамера Panasonic, зеркальная камера Canon. Список ПО на ноутбуке, компьютере: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmс. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE
4	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) №408 (670024, Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Пушкина, д. №8)	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, учебная доска, компьютеры (Снежный барс Athlon IIX2) с подключения к сети Интернет и доступом в ЭИОС – 7 шт. Список ПО на компьютерах: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmс. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE
5	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №268 (670024,	Мебель для хранения и обслуживания оборудования (столы, шкафы, полки), компьютеры с возможностью

	Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Пушкина, д. №8)	подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС Список ПО на компьютерах: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE
--	--------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7.6 Организационное обеспечение учебного процесса и специальные требования к нему с учетом характера учебной работы по дисциплине

Аудиторные учебные занятия по дисциплине ведутся в соответствии с расписанием, внеаудиторная академическая работа организуется в соответствии с семестровым графиком ВАР и графиками сдачи/приёма/защиты выполненных работ. Консультирование обучающихся, изучающих данную дисциплину, осуществляется в соответствии с графиком консультаций.

7.7 Кадровое обеспечение учебного процесса по дисциплине

ФИО преподавателя	Уровень образования. Специальность и квалификация в соответствии с дипломом. Профессиональная переподготовка	Ученая степень, ученое звание
1	2	3
Будникова Наталья Сергеевна	Высшее - специалитет. Связи с общественностью. Специалист по связям с общественностью Высшее - аспирантура. Социологические науки. Исследователь. Преподаватель-исследователь	Ученая степень отсутствует Ученое звание отсутствует

7.8 Обеспечение учебного процесса по дисциплине (модулю) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организационно-педагогическое, психолого-педагогическое сопровождение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основании соответствующей рекомендации в заключении психолого-медико-педагогической комиссии или индивидуальной программе реабилитации инвалида. Академия, по заявлению обучающегося, создает специальные условия для получения высшего образования инвалидами и лицам с ограниченными возможностями здоровья:

- использование специализированных (адаптированных) рабочих программ дисциплин (модулей) и методов обучения и воспитания, включая наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети «Интернет» для слабовидящих;
- использование специальных учебников, учебных пособий и других учебно-методических материалов, включая альтернативные форматы печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- использование специальных технических средств обучения (мультимедийное оборудование, оргтехника и иные средства) коллективного и индивидуального пользования, включая установку мониторов с возможностью трансляции субтитров, обеспечение надлежащими звуковыми воспроизведениями информации;
- предоставление услуг ассистента (при необходимости), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь или услуги сурдопереводчиков / тифлосурдопереводчиков;
- проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий для разъяснения отдельных вопросов изучаемой дисциплины (модуля);
- проведение процедуры оценивания результатов обучения возможно с учетом особенностей нозологий (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.) при использовании доступной формы предоставления заданий оценочных средств и ответов на задания (в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме аудиозаписи, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода) с использованием дополнительного времени для подготовки ответа;
- обеспечение беспрепятственного доступа обучающимся в учебные помещения, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений);
- обеспечение сочетания онлайн и офлайн технологий, а также индивидуальных и коллективных форм работы в учебном процессе, осуществляемом с использованием дистанционных образовательных технологий;
- и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение ОПОП ВО.

В целях реализации ОПОП ВО в академии оборудована безбарьерная среда, учитывающая потребности лиц с нарушением зрения, с нарушениями слуха, с нарушениями опорно-двигательного аппарата. Территория соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Вход в учебный корпус оборудован пандусами, стекла входных дверей обозначены специальными знаками для слабовидящих, используется система Брайля. Сотрудники охраны знают порядок действий при прибытии в академию лица с ограниченными возможностями. В академии создана толерантная социокультурная среда, осуществляется необходимое сопровождение образовательного процесса, при необходимости предоставляется волонтерская помощь обучающимся инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья.

8. ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ
к рабочей программе дисциплины (модуля)
в составе ОПОП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Ведомость изменений

№ п/п	Вид обновлений	Содержание изменений, вносимых в ОПОП	Обоснование изменений
1	Изменение названия кафедры	В связи с объединением кафедр «Философия и история» и «Связи с общественностью, социология и политология»	Приказ № 484 от 25.08.2021
2	Изменение названия факультета	В связи с переименованием факультета «Агробизнес и межкультурные коммуникации» в «Экономический факультет»	Приказ № 596 от 10.10.2022
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			

Оглавление

<u>1. ОСНОВАНИЯ ДЛЯ ВВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ЕЕ СТАТУС</u>	3
<u>2. ЦЕЛЕВАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП. ЛОГИЧЕСКИЕ И СОДЕРЖАТЕЛЬНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДИСЦИПЛИНЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ И ПРАКТИКАМИ В СОСТАВЕ ОПОП</u>	3
<u>3. СТРУКТУРА И ТРУДОЕМКОСТЬ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</u>	7
<u>4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</u>	7
<u>5. ПРОГРАММА ВНЕАУДИТОРНОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ (ВАРО) ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</u>	9
<u>6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</u>	10
<u>7. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</u>	11
<u>8. ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ</u>	17