



Основная профессиональная образовательная программа
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Отделение журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

Е.Е.Ломакина

(подпись)

29 августа 2024 г.

Рабочая программа дисциплины
Наружная реклама

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)образовательной программы:	Реклама и связи с общественностью

Иваново



1. Цели освоения дисциплины

Цель курса – дать представление о специфике работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в сфере наружной рекламы.

Задачи курса: познакомить студентов с наружной рекламой, ее историей, современным состоянием и перспективами, показать её роль в рекламном бизнесе, специфику в ряду других видов рекламы, охарактеризовать достоинства и трудности, требования к рекламистам и специалистам по связям в этой сфере деятельности; дать представление о совокупности профессионально-творческих и социально-психологических качеств профессионала, а также осуществить практическую подготовку обучающихся посредством выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы.

2. Место дисциплины в структуре ОП

В системе дисциплин профессионального цикла курс является начальным (3 семестр), знакомящим студентов с общими и специфическими представлениями о профессии в определенной сфере деятельности, которые в дальнейшем развиваются, так или иначе, во всех профессиональных дисциплинах, дисциплинах начальной профилизации, занятиях в профессиональных творческих студиях. Знания, которые студенты получают из данного курса, развивают творческую личность, уточняют и конкретизируют сведения, полученные параллельно идущем курсе «Интегрированные коммуникации».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

профессиональные (ПК):

авторская деятельность: способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа (ПК – 1);

маркетинговая деятельность: способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационных проектов (ПК – 2);

организационная деятельность: способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК – 3);

проектная деятельность: способен реализовать типовые алгоритмы проектов и коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК – 4).

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения формируемых компетенций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

содержание понятий: организация деятельности и оперативное планирование деятельности работника, организации и фирмы, цели и задачи организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, базовые методики организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, значение организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, аспекты взаимодействия работников, организаций и фирм на современном рынке; правила составления и оформления документов в профессиональной сфере, принципы разработки и организации проектов в бизнес-сфере (фирме, организации), принципы работы в малых коллективах, специфику деятельности адресата проекта, специфику работы с целевой



Основная профессиональная образовательная программа
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

аудиторией, основные технологии работы с информационными носителями при разработке проектов .

Уметь:

ориентироваться в методиках организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, моделировать организацию деятельности и оперативное планирование деятельности работника, организации и фирмы, планировать направления собственной деятельности в области организации деятельности и оперативного планирования деятельности, оценивать результаты организации деятельности и оперативного планирования деятельности; создавать проектную документацию, привлекать людей для участия в проекте, сотрудничать с коллегами при разработке проекта, устанавливать контакты с различными социальными группами, использовать базовые знания в области рекламы и СО для достижения цели проекта, адаптировать научные знания для прагматических целей .

Иметь навыки:

организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, навыки самостоятельной работы по организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, навыки ориентации в методах организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, владения современной научной терминологией в области организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, навыки ведения научной дискуссии в области защиты методов организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, владения приемами самоконтроля, самооценки и самовоспитания; навыки написания технического документа, владения основами ораторского искусства и искусства убеждения, организационно-управленческой работы, владения технологиями организации и проведения презентаций.

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часа) в 3 семестре.

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения) Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	
1.	Наружная реклама: жанры, формы, перспективы развития и способы использования	3		8 лаб. занятий (ПП)	Собеседование, выполнение практических заданий
2.	Инструментарий и материалы для создания наружной рекламы	3		4 лаб. занятия (ПП)	Собеседование, выполнение практических заданий, тестирование
3.	Пространственные решения в наружной рекламе	3		4 лаб. занятия (ПП)	Собеседование
4.	Дизайн наружной рекламы	3		6 лаб. занятий (ПП)	Выполнение практических заданий



Основная профессиональная образовательная программа
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

5	Правоустанавливающие документы и документооборот в сфере наружной рекламы			4 лаб.занятия (ПП)	
6.	Защита проектов			6 лаб. занятия (ПП)	Собеседование, тестирование, защита творческих проектов
Итого за семестр:				32	Экзамен
Итого по курсу:				32	

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

4.2. Р а з в е р н у т о е о п и с а н и е с о д е р ж а н и я д и с ц и п л и н ы п о р а з д е л а м (т е м а м)

Тема 1. Наружная реклама: жанры, формы, перспективы развития и способы использования.

1. Жанры наружной рекламы.
2. Нетрадиционные формы наружной рекламы.
3. Выбор оптимальных форм наружной рекламы.
4. Основные тенденции развития наружной рекламы.

Тема 2. Инструментарий и материалы для создания наружной рекламы

Вопросы для обсуждения

1. Дизайнерские работы в наружной рекламе.
 2. Полиграфические работы в наружной рекламе.
 3. Монтажные работы в наружной рекламе.
- Тема 3.** Пространственные решения в наружной рекламе
1. Влияние среды на восприятие наружной рекламы.
 2. Анализ условий среды наружной рекламы.
 3. Оптимизация рекламы.
 4. Способы управления средой.
 5. Естественное и искусственное освещение наружной рекламы.
 6. Ландшафтный дизайн как элемент наружной рекламы

Тема 4. Дизайн наружной рекламы

1. Графические решения в наружной рекламе
2. Цветовая гамма.
3. Композиция.
4. Вид товара.
4. Передача содержания услуги.
5. Сезонный характер графики.
6. Размещение, размер и содержание надписи.
7. Шрифты и украшение букв.
8. Принципы дизайна.
9. Основы работы в графических редакторах.

Тема 5. Правоустанавливающие документы и документооборот в сфере наружной рекламы

1. Комплексное техническое обследование и предварительное согласование наружной рекламы.
2. Подготовка проектной документации и получение экспертных заключений.



3. Приведение рекламных конструкций в соответствие с технической документацией.
4. Регистрация средства наружной рекламы
5. Перечень документов для регистрации наружной рекламы.
6. Договор на оказание рекламных услуг.

Тема 6.

Защита индивидуальных проектов.

5. Образовательные технологии

В процессе изучения курса используются как традиционные, так и новые образовательные технологии: технология проблемного обучения, проектная технология, рейтинговая технология, технология развития критического мышления, кейс-технологии, технология учебной дискуссии, технология деловой игры.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включает технологии смешанного обучения, мультимедиа-технологии и технологии визуализации (инфографика, презентационная графика, виртуальная экскурсия).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов организуется с помощью организации консультативной поддержки студентов очно и в системе «Мой университет». В течение семестра и непосредственно перед экзаменом для всех студентов проводится ряд общих консультаций по курсу.

Иностранные учащиеся имеют, помимо того, возможности дополнительной подготовки с использованием добавочных материалов, подробно раскрывающих самые актуальные и существенные вопросы.

Более подробно учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов описано в приложении 1 к РП

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контроль качества знаний предусматривает следующие оценочные средства:

- входной контроль знаний (собеседование);
- оценка работы студентов на практических занятиях, тестирование;
- обсуждение / оценка этапов подготовки проекта;
- оценка опорных конспектов, рефератов / сообщений;
- оценка выполнения и защиты итогового творческого проекта.

Форма проведения экзамены - устная

Критерии и шкала оценки на экзамене.

Ответ студента на экзамене оценивается одной из следующих оценок: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», которые выставляются по следующим критериям.

Оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой. Как правило, отличная оценка выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий курса, их значение для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала.



Основная профессиональная образовательная программа
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Оценка «хорошо» выставляется студентам, обнаружившим не совсем полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную кафедрой. Этой оценки, как правило, заслуживают студенты, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

На «удовлетворительно» оцениваются ответы студентов, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Как правило оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

Щепилова, Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 473 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9917-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663> (19.05.2019).

Дополнительная литература:

1. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (19.05.2019).
2. Федотова, Лариса Николаевна. Реклама в коммуникационном процессе : учебник / Л. Н. Федотова. — М. : Камерон, 2005. — 464 с. — ISBN 5-9594-0020-0.

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Yandex Browser.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:



Основная профессиональная образовательная программа
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Автор(ы) рабочей программы дисциплины: доцент, к. ф. н. Воробьева Е.А.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью

«1» сентября 2023 г., протокол № 1__

Программа обновлена

протокол заседания кафедры №1 от «29» августа 2024 г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия
(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия
(подпись)