

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

УТВЕРЖДЕНО:

**Председатель УМС
факультета Медиакоммуникаций и
аудиовизуальных искусств**

Кот Ю.В.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ
ИННОВАЦИОННЫЕ РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Специальность : 55.05.04 Продюсерство

Специализация: Продюсер кино и телевидения

Квалификация (степень) выпускника: Продюсер кино и телевидения

Форма обучения: очная, заочная

Цели освоения дисциплины

Цель преподавания курса – дать студентам знание о магистральных направлениях креатива по созданию рекламного и PR-продукта. Воспроизводство и развитие рекламной и PR коммуникаций как особого вида человеческой деятельности. Выявить роль креативных процессов в жизни общества. Определить закономерности и особенности функционирования рекламы и PR как феноменов культуры – необходимых и актуальных компонентов современного духовного производства. Сформировать представление об основных категориях, понятиях, классификациях креативно-творческих социокультурных форм. Сформулировать задачи и сравнение рекламной и PR деятельности в современном мире.

Сформировать у студентов базовый комплекс, систему знаний и навыков необходимых для дальнейшего процесса обучения, профессионального становления специалиста высокой категории.

Методические рекомендации

Самостоятельная работа студентов - это индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства преподавателя, которая призвана обеспечить более глубокое, творческое усвоение понятийного аппарата дисциплины, содержания профессиональных кодексов.

Формы самостоятельной работы студентов, соответствующие контенту учебной дисциплины и степени подготовленности учащихся, определяются учебным планом и кафедрами при разработке рабочих программ учебных дисциплин. Кроме того, формы самостоятельной работы студентов могут быть связаны с теоретическими курсами и иметь учебный или учебно-исследовательский характер.

В соответствии с Положением о самостоятельной работе студентов, утвержденном на заседании Ученого совета МГИК, формы самостоятельной работы студентов могут быть следующими:

- подготовка и написание рефератов, докладов, эссе, очерков и других письменных работ на заданные темы;
- 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;
- подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Самостоятельная работа студентов, формирующая навыки осуществления столь значимой научно-исследовательской/творческой деятельности, и способствующая систематизации, закреплению и расширению теоретико-методологических и технологических знаний и умений в контексте выбранной специальности, предполагает:

- поиск и отбор учебных и специальных научных материалов по конкретному вопросу, теме, предмету;
- чтение основной и дополнительной литературы по конкретной проблематике в рамках той или иной учебной дисциплины;
- работа с информационно-вспомогательными материалами (в библиотеке/информационных центрах с различными видами ресурсов – каталоги, энциклопедии, справочники и словари, существующими на традиционном (бумажном) носителе и в электронной форме, в том числе в качестве Интернет-ресурсов);
- самостоятельный подбор источников информации, в том числе через интернет;
- конспектирование первоисточников; – аннотирование отобранных материалов;
- реферирование первоисточников;
- обзорно-аналитическая деятельность (составление обзоров публикаций по конкретной теме);
- составление словаря (гlossария);
- составление схем, таблиц и т.д.;
- составление библиографической картотеки (в том числе в электронном виде) первоисточников, систематизированных по алфавиту или по предметно-тематическому признаку;
- прослушивание учебных аудиовизуальных материалов;
- подготовка мультимедийных презентаций по конкретной теме;
- выполнение домашних контрольных работ;
- подготовка устного сообщения/реферата/доклада для выступления на семинарском или лекционном занятии;
- выполнение практических заданий репродуктивного типа (тесты, ответы на вопросы, решение задач и т.д.);
- подготовка к участию в деловой игре, конкурсе, творческом соревновании;
- ведение дневника (наблюдений, практики, самоподготовки и т.д.).

В целом, перечисленные виды самостоятельной работы студентов можно систематизировать следующим образом:

- репродуктивная (самостоятельное прочтение, просмотр, конспектирование учебной, научной и методической литературы, интернет-ресурсов, прослушивание лекций, пересказ, заучивание, запоминание, повторение учебного материала и др.);
- познавательно-поисковая (подготовка сообщений, докладов, выступлений на семинарских и практических занятиях, подбор материалов по учебной проблеме, подготовка контрольной, курсовой работы и т.д.);
- творческая (участие в научно-исследовательской работе – написание рефератов, научных статей, подготовка дипломного проекта и т.д.).

При изучении дисциплины **Инновационные рекламные технологии** используются различные виды самостоятельной работы студентов:

- подготовка к лекциям. Студент должен иметь некоторый запас знаний, касающийся темы будущей лекции;

- подготовка к практическим занятиям предполагает изучение материалов лекций, учебников и учебных пособий, первоисточников и материалов, размещенных в электронных средствах информации;

- самостоятельная работа студентов при подготовке к зачету предполагает осмысление и приведение в систему знаний, полученных на лекциях и практических занятиях.

Углублению и расширению знаний студентов по дисциплине **Инновационные рекламные технологии** также будет способствовать: чтение и составление конспектов первоисточников по профессиональной этике; подготовка творческих работ, докладов, эссе для вынесения их на обсуждение в ходе практического занятия.

При самостоятельном изучении основной рекомендованной литературы студентам необходимо обратить внимание на основные положения, излагаемые в изучаемом тексте. Для того чтобы убедиться насколько глубоко усвоено содержание темы, студент должен уметь дать четкие ответы на контрольные вопросы по изучаемой теме.

Работа с дополнительной литературой предполагает умение студентов выделять в ней необходимый аспект изучаемой темы (то, что в данной работе относится непосредственно к изучаемой теме).

Обязательным элементом самостоятельной работы студентов с правовыми источниками и литературой является ведение необходимых записей. Основными формами записей являются конспект, выписки, тезисы, аннотации и т.д.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ КОНСПЕКТА

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. Аннотации, резюме - предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
2. Планирование - краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
3. Тезисы - лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;
4. Цитаты - дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;
5. Выписки - это краткие записи в форме цитат (дословное воспроизведение отрывков источника, произведения, статьи, содержащих существенные положения, мысли автора), либо лаконичное, близкое к тексту изложение основного содержания.
6. Конспектирование - краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект - сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Контроль самостоятельной работы студентов над выполнением учебного плана дисциплины осуществляется в ходе практического занятия методом устного опроса или посредством тестирования.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНЫМ ЗАДАНИЯМ

Все типы заданий, выполняемых студентами по дисциплине **Инновационные рекламные технологии**, в том числе в процессе самостоятельной работы, так или иначе содержат установку на приобретение и закрепление определенного Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования объема знаний, а также на формирование в рамках этих знаний некоторых навыков мыслительных операций - умения оценивать, анализировать, сравнивать, комментировать и т.д.

Некоторые задания требуют пояснения:

1. Прокомментировать высказывание - объяснить, какая идея заключена в отрывке, о какой позиции ее автора она свидетельствует.
2. Сравнить - выявить сходство и различие позиций по определенным признакам.
3. Обосновать один из нескольких предложенных вариантов ответа - привести аргументы в пользу правильности выбранного варианта ответа и указать, в чем ошибочность других вариантов.
4. Аргументировать (обосновать, доказать, объяснить) ответ - значит:
 - а) оправдать (опровергнуть) некоторую точку зрения;
 - б) обосновать свою точку зрения, опираясь на теоретические или практические обобщения, данные и т.д.

5. Провести анализ - разложить изучаемые явления на составные части, сопоставить их с целью выявления в них существенного, необходимого и определяющего.

6. Тезисно изложить идею, концепцию, теорию - используя материал учебных пособий и другой литературы, кратко, но не в ущерб содержанию сформулировать основные положения учения.

7. Дать характеристику, охарактеризовать явления - значит назвать существенные, необходимые признаки какого-либо явления (положения какой-либо теории) и выявить особенности.

8. Изобразить схематически - значит раскрыть содержание ответа в виде таблицы, рисунка, диаграммы и других графических форм

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ ЭССЕ

Эссе - прозаическое сочинение - рассуждение небольшого объема со свободной композицией. Жанр критики и публицистики, свободная трактовка какой-либо проблемы. Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем - либо и может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный, педагогический, психологический, беллетристический характер.

Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем).

Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Писать эссе чрезвычайно полезно, поскольку это позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Структура эссе включает в себя следующие составляющие:

1. Титульный лист.
2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.
3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.
Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу.
4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение

может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение (импликацию) исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Особое внимание обращается на аргументацию, доказательство выводов, заключений.

Доказательство - это совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других истинных и связанных с ним суждений.

Тема для эссе (дальнейшей дискуссии) «Креативные технологии в сфере Рекламы и СО: история и современность»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Семинарское занятие - форма самостоятельной работы студентов, позволяющая приобщить студентов к научному использованию источников и литературы. Семинар это форма творческой работы, позволяющая к тому же и закрепить, и углубить имеющиеся знания. Следует разумно организовывать работу по подготовке к семинарскому занятию.

К теме каждого семинара даётся определённый план, состоящий из нескольких вопросов, рекомендуется список литературы, в том числе, и обязательной.

Работу следует организовать в такой последовательности:

- прочтение рекомендованных глав из различных учебников;
- ознакомление с остальной рекомендованной литературой из обязательного списка;
- чтение и анализ каждого источника (документа).

При работе с каждым документом надо ответить для себя на следующие вопросы:

- а) кто автор документа?
- б) какое место эти авторы занимали в обществе?
- в) как мы должны относиться к его свидетельствам, какой ракурс оценки событий он представлял?
- г) каковы причины различного отношения современников к событиям?
- д) следует уяснить значение тех архаичных и незнакомых терминов, что встречаются в тексте.

Выводы из анализа документа должны делаться самостоятельно: хотя в фундаментальных науках не следует пренебрегать авторитетами знаменитых авторов, но следует помнить, что не все научные положения являются бесспорной истиной. Критическое отношение (конечно, обдуманное) является обязательным элементом научной аналитической работы.

Вопросы к семинару по теме 3.

1. Рекламная коммуникация как феномен культуры.
2. Реклама и PR в системе массовой культуры.
3. Историческая селекция культурных форм.
4. Реклама как один из способов творческого выражения культурного многообразия.
5. Жизнеспособность рекламной коммуникации и связей с общественностью.

Вопросы к семинару по теме 6.

1. Многообразие проявлений креативности в рекламе и PR.
2. Креативные аспекты в рекламе и PR.
3. Креативность как процесс воображения и символизации.
4. Креативное отношение и креативное взаимодействие.
5. Реклама, PR как креативные коммуникации.

Вопросы к семинару по теме 7.

1. Определите взаимосвязь креатива и творчества.
2. Понятие творчества. Уровни.
3. Назовите основные творческие единицы в рекламе.
4. Пластические, художественно-творческие формы в рекламе.

Вопросы к семинару по теме 8.

1. Понятие художественное мышление.
2. Художественно-творческий процесс. Уровни.
3. Эстетический вкус. Эстетическое сознание.
4. Художественный образ. Рекламный продукт.

Вопросы к семинару по теме 9.

1. Понятие художественно-выразительные средства культурных форм.
2. Жанр и стиль в рекламе. Виды. Формы.
3. Форма, образ, имидж - стилеобразующие элементы рекламы и PR
4. Документально-публицистические жанры в рекламе и PR
5. Игровые виды, формы в рекламе.
6. Искусство кино, театра, музыки, шоу, цирка в коммуникационном построении рекламной коммуникации.

Вопросы к семинару по теме 10.

1. Креативность в современных гуманитарных науках.
2. Анализ креативных методик.
3. Рекламная коммуникация и артефакт.
4. Креатив и процесс реинтерпретации рекламы, PR.
5. Интерактивность в креативном процессе.
6. Реклама и связи с общественностью креативные коммуникации.
7. Современные коммуникативные методики, технологии рекламы и PR.

Вопросы к семинару по теме 11.

1. Социальный заказ. Условия формирования.
2. Социокоммуникативные характеристики рекламы, PR.
3. Коммуникация как вид социальной связи.
4. Интерактив в рекламе и PR.
5. Культурная форма. Артефакт. Взаимообусловленность.

6. Социальный заказ. Формы проведения рекламных проектов. Технологии. Методики.

Вопросы к семинару по теме 12.

1. Сценарий драматургическая основа проекта мероприятия.
2. Художественный образ – основа художественного мышления.
3. Виды драматургии. Жанровые особенности.
4. Сценарий и режиссерский план.
5. Технологии и методики создания драматургического материала.
6. Специфика сценарно-драматургической организации рекламы.

Вопросы к семинару по теме 13.

1. Специфика режиссерско-постановочной деятельности в рекламе, PR.
2. Режиссерский замысел. Режиссерско-постановочный план. Характеристика составляющих элементов.
3. Мизансцена и сценография в постановочном действии.
4. Художественно-выразительные средства мероприятия.
5. Атмосфера как синтез эмоционально-выразительных средств и режиссерско-постановочных средств рекламного и PR действий.
6. Режиссерско-монтажный лист – рабочий документ режиссера. Функции монтажного листа. Структура.

Вопросы к семинару по теме 14.

1. Сценарно-постановочный и организационный план проведения презентации, пресс-конференции.
2. Продюсер – главное действующее лицо.
3. Продюсер и организация проекта. Этапы.
4. Принципы заключения договоров, контрактов.
5. Финансирование проекта. Привлечение средств.
6. Реализация проекта.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Реклама и PR как часть современной культурной реальности.
2. Как и где проявилось первое рекламное творчество?
3. Реклама и связи с общественностью в системе массовой культуры
4. Какую роль играли уличные театры, коробейники в общественной жизни?
5. Напишите рассказ - монолог о предмете, товаре от первого лица.
6. Какие строки посвятил В.В. Маяковский в поэме "Во весь голос"?
7. Что является творческим результатом рекламной коммуникации?
8. Реклама и PR как креативные проекты
9. Напишите рекламу - автопортрет
10. Какие художественно-выразительные средства используются для создания рекламного и PR проектов?

11. Напишите сценарий рекламы - коллективные автопортрет вашей группы (визитная карточка).
12. Маркетинг, реклама, креатив. Взаимосвязь.
13. Реклама и артефакт. Понятия.
14. На основе русских народных сказок придумать авторский ход, помогающий позиционировать рекламный, PR продукты.
15. Видеореклама, радиореклама. Особенности.
16. На основе басен, поговорок, пословиц придумать фабулу - сценарий рекламы.
17. Придумайте креативный ход в рекламе на транспорте.
18. Документально-публицистические жанры в рекламе и связях с общественностью.
19. Разработать социальный проект на фестиваль рекламы.
20. На основе выбранных популярных журналов выберите и проанализируйте интересные креативные решения.
21. Разработайте сценарий - бриф рекламного продукта (видео-ролик, радио-ролик, интернет-реклама) с раскадровкой по эпизодам.
22. Прочтите книгу: Батищев Г.С. "Введение в диалектику творчества"
23. Прочтите книгу: Селиванов В.В. "Социальная природа художественного мышления"
24. Прочтите книгу: Ван Дейк Г.А. "Язык. Познание. Коммуникация."
25. Прочтите книгу: Ильин В.Я. "Творческий подход к рекламе"

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Подготовка студента к выполнению указанных видов работы складывается из изучения, конспектирования и анализа предложенных и отобранных источников, работы с рекомендованной научной литературой, составлением плана. Работа должна содержать аргументированное освещение поставленных вопросов с ясными выводами и ссылками на изученную литературу и источники.

Контрольная работа имеет ряд обязательных элементов:

- ✓ титульный лист (название темы, фамилия студента, курс, факультет (институт);
- ✓ план работы (с обозначением страниц);
- ✓ введение, в котором ставится научная проблема, содержащаяся в учебном задании, дается краткий анализ научной литературы и источников, используемых студентом при написании работы;
- ✓ основная часть, где изложение проблемы должно быть последовательным, с использованием источников и литературы и постраничным указанием на них;
- ✓ заключение, в котором кратко подводятся итоги изучения темы, делаются выводы;
- ✓ список источников и литературы, которые были использованы при написании работы;

Тема контрольной работы должна быть раскрыта с учетом использования классической и новейшей литературы (учебной литературы, монографий, статей из

специальных журналов и др.).

К цитатам даются ссылки с указанием автора, названия работы, места и года издания, страницы согласно новейшим стандартам оформления. В конце работы должен быть приведен список использованной литературы.

При защите контрольной работы студент обязан обозначить актуальность темы, степень изученности проблемы, охарактеризовать привлеченные к исследованию источники и литературу, изложить основные положения работы и выводы, к которым он пришел в результате исследования. После доклада необходимо ответить на вопросы, заданные слушателями и преподавателем.

Вопросы к контрольной работе

1. Реклама и PR как культурные формы
2. Функции рекламы и PR в общественном процессе
3. Реклама и связи с общественностью формы массовой коммуникации
4. Реклама и PR как креативные коммуникации
5. Дайте определение понятию "креативность"
6. Реклама и связи с общественностью социальные информационные процессы
7. Функции рекламы и PR в общественных процессах
8. Маркетинг. Реклама. Креатив. Взаимосвязь.
9. Многообразие проявлений креативности в рекламном и PR продуктах
10. Креативность как процесс воображения и символизации.
11. Креативное отношение и креативное взаимодействие
12. Реклама и PR как креативные коммуникации
13. Понятие "творчество". Уровни.
14. Определите взаимосвязь креатива и творчества.
15. Назовите основные творческие единицы в рекламе
16. Художественно-творческие формы в рекламе и PR
17. Понятие «художественное мышление»
18. Связь логического и эмоционального в рекламных и PR проектах
19. Креативные аспекты в рекламе и PR
20. Креатив как динамическое условие взаимосвязи и рынка

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ/ ЭКЗАМЕНУ

Зачет с оценкой/ экзамен по дисциплине Инновационные рекламные технологии является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лекциях, семинарских, практических занятиях и процессе самостоятельной работы.

Контроль дает возможность преподавателю:

- выяснить уровень освоения обучающимися программы учебной дисциплины;
- оценить формирование определенных знаний и навыков их использования, необходимых и достаточных для будущей самостоятельной работы;

- оценить умение обучающихся творчески мыслить и логически правильно излагать ответы на поставленные вопросы.

Зачет с оценкой/ экзамен проводится в форме собеседования, в процессе которого обучающийся отвечает на вопросы преподавателя.

В период подготовки к зачету с оценкой/ экзамену обучающиеся вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые.

Подготовка обучающихся к зачету с оценкой/ экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие к экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в вопросах.

Литература для подготовки к зачету рекомендуется преподавателем.

Для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников. Обучающийся вправе сам придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации.

Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, основные положения его детализируются, подкрепляются современными фактами и информацией, которые в силу новизны не вошли в опубликованные печатные источники. В ходе подготовки к экзамену студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемых проблем..

Экзамен проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал. По окончании ответа преподаватель может задать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы. Положительным также будет стремление студента изложить различные точки зрения на рассматриваемую проблему, выразить свое отношение к ней, применить теоретические знания по современным проблемам экологии. Результаты экзамена объявляются студенту после окончания его ответа в день сдачи.

Результаты экзамена объявляются студенту после окончания ответа в день сдачи.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применяемая наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Список литературы и источников

Основная литература

1. Козловский В. И. Рекламная коммуникация: культурогенетический анализ [Электронный ресурс] : монография : [учеб. пособие] / В. И. Козловский ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2010. - 150 с. - б. ц.
2. Васильева М. М. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс] : Учебник / Мария Михайловна ; Васильева М.М. - Отв. ред. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 495. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3940-8 : 1000.00.
3. Ульяновский А. В. Реклама в сфере культуры [Электронный ресурс] : [учеб. пособие] / Ульяновский Андрей Владимирович. - Москва : Планета музыки, 2012. - 515 с., XVI с. цв. ил. : ил., табл. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 467-473 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-8114-1353-9, 978-5-91938-059-7.

Дополнительная литература

1. Бударина О. А. Работа креативного отдела. Открытое занятие [Видеозапись] / О. А. Бударина. - 1 DVD. - М. : [б. и.], 2014. - 53 мин. - б. ц.
2. Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры : учеб.- практ. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М. : Юрайт, Высшее образование, 2009.
3. Поляков В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / Владимир Александрович ; Поляков В.А., Романов А.А. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 502. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-5503-3 : 1000.00.
4. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Инга Михайловна ; Синяева И.М., Романенкова О.Н. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 552. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3170-9 : 1000.00.
5. Суслова И.М. Маркетинговые коммуникации в учреждениях культуры и искусства [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. М. Суслова. - М. : БИБКМ, 2012. - 165 с. - Библиогр.: с. 164-165. - ISBN 978-5-905563-02-7.

Интернет-ресурсы

1. www.advertology.ru
2. www.raso.ru
3. www.reklamatik.ru

4. www.arboconsulting.ru
5. www.mediaclass-test.ru
6. <http://www.mgik.org/sveden/education/>

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система eLibrary.

Доступ в ЭБС:

ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа www.e.lanbook.com
Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа www.biblio-online.ru Неограниченный доступ для
зарегистрированных пользователей

ООО НЭБ Режим доступа www.eLIBRARY.ru Неограниченный доступ для
зарегистрированных пользователей

ЭБС Руконт Режим доступа <https://lib.rucont.ru/> Неограниченный доступ для
зарегистрированных пользователей

ЭБС Универонлайн. Режим доступа <https://biblioclub.ru/> Неограниченный доступ для
зарегистрированных пользователей

ЭБС IPR Smart <https://www.iprbookshop.ru/> Неограниченный доступ для
зарегистрированных пользователей