МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета истории
и международных отношений
О.И. Амурская
«30» августа 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама в шоу-бизнесе

Уровень основной профессиональной образовательной программы бакалавриат

Направление подготовки 42.03.01.Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки Реклама и связи с общественностью

Форма обучения заочная

Сроки освоения ОПОП 4года 6 месяцев (нормативный)

Факультет истории и международных отношений

Кафедра художественно-эстетического образования и рекламы

Рязань, 2019

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины «Реклама в шоу-бизнесе»: раскрыть роль и значение различных видов успешной рекламной деятельности в сфере шоу-бизнеса, сформировать комплекс общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина относится к вариативной части Блока Б1.В.ДВ.11 (Дисциплины по выбору)

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины

Основы рекламы
История рекламы
Искусство в рекламных коммуникациях

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Разработка и технологии производства рекламного продукта
Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
Защита выпускной квалификационной работа

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающих общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОПК-1	Способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Различные рекламные структуры и содержание профессиональных функций в них, должностные обязанности специалиста в области рекламы и связей с общественностью	Находить пути решения различных профессиональных задач в сфере шоу-бизнеса	Навыками эффективной организации профессиональной деятельности в сфере рекламирования объектов шоу-бизнеса
2.	ОПК-5	Умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Разнообразие видов и форм организации коммуникационных кампаний для продвижения объектов шоу-бизнеса	Осуществлять выбор оптимальных форм и методов организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в шоу-бизнесе	Культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в коммуникационных процессах шоу-бизнеса

3.	ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Составные элементы и коммуникационные особенности, возможности организаций в сфере шоу-бизнеса	Учитывать индивидуальные и групповые предпочтения различных ЦА шоу-бизнеса при реализации коммуникационной программы.	Навыками мониторинга эффективности деятельности коммуникационных инфраструктур на рынке развлечений, модных трендов
4	ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Особенности и условия планирования и подготовки эффективных коммуникационных кампаний, а также требования к проведению специальных мероприятий в сфере шоу-бизнеса.	Проводить необходимые рекламные и коммуникационные исследования при подготовке, планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере шоу-бизнеса.	Навыками работы в команде и разделения функций, направлений деятельности в комплексных коммуникационных мероприятиях сферы шоу-бизнеса

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	**Реклама в шоу-бизнесе**				
Цель дисциплины	раскрыть роль и значение различных видов успешной рекламной деятельности в сфере шоу-бизнеса, сформировать комплекс общепрофессиональных и профессиональных компетенций.				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общепрофессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОПК-1	Способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	ЗНАТЬ: Различные рекламные структуры и содержание профессиональных функций в них, должностные обязанности специалиста в области рекламы и связей с общественностью УМЕТЬ: Находить пути решения различных профессиональных задач в сфере шоу-бизнеса ВЛАДЕТЬ: Навыками эффективной организации профессиональной деятельности в сфере рекламирования объектов шоу-бизнеса	Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов	Собеседование, ИДЗ, реферат, НИРС, коллоквиум, контрольный просмотр работ зачет	Пороговый иметь представление о шоу-бизнесе как объекте рекламирования Повышенный применять на практике умения анализировать работу в рекламных структурах сферы шоу-бизнеса

ОПК-5	Умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	ЗНАТЬ: Разнообразие видов и форм организации коммуникационных кампаний для продвижения объектов шоу-бизнеса УМЕТЬ: Осуществлять выбор оптимальных форм и методов организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в шоу-бизнесе ВЛАДЕТЬ: Культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в коммуникационных процессах шоу-бизнеса	Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов	Собеседование, ИДЗ, реферат, НИРС, коллоквиум, контрольный просмотр работ зачет	Пороговый иметь общие представления о коммуникационных структурах Повышенный систематизировать знания, способы обобщения, анализа, восприятия информации о коммуникационных кампаниях
Профессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней	ЗНАТЬ: Составные элементы и коммуникационные особенности, возможности организаций в сфере шоу-бизнеса УМЕТЬ: Учитывать индивидуальные и групповые предпочтения различных ЦА шоу-бизнеса при реализации коммуникационной программы.	Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов	Собеседование, ИДЗ, реферат, НИРС, коллоквиум, контрольный просмотр работ зачет	Пороговый: анализировать причины формирования предпочтений ЦА Повышенный учитывать индивидуальные и групповые предпочтения в практике рекламирования объектов шоу-бизнеса

	коммуникации	ВЛАДЕТЬ: Навыками мониторинга эффективности деятельности коммуникационных инфраструктур на рынке развлечений, модных трендов			
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ЗНАТЬ: Особенности и условия планирования и подготовки эффективных коммуникационных кампаний, а также требования к проведению специальных мероприятий в сфере шоу-бизнеса. УМЕТЬ: Проводить необходимые рекламные и коммуникационные исследования при подготовке, планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере шоу-бизнеса. ВЛАДЕТЬ: Навыками работы в команде и разделения функций, направлений деятельности в комплексных коммуникационных мероприятиях сферы шоу-бизнеса	Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов	Собеседование, ИДЗ, реферат, НИРС, коллоквиум, контрольный просмотр работ зачет	Повышенный: специфику рекламирования объектов шоу-бизнеса Повышенный: уметь планировать и проводить коммуникационные мероприятия в шоу-бизнесе.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		Всего часов	Курсы			
			№ 1	№ 2	№ 3	№ 4
			часов	часов	часов	часов
1		2	3	4	5	6
1.Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		14	-	-	-	14
В том числе:			-	-	-	
Лекции (Л)		6	-	-	-	6
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)		8	-	-	-	8
Лабораторные работы (ЛР)			-	-	-	
2.Самостоятельная работа студента (всего)		54	-	-	-	54
В том числе			-	-		
СРС в семестре		54	-	-	-	54
Курсовой проект (работа)	КП		-	-		
	КР		-	-		
Другие виды СРС		54				54
Подготовка к практическим занятиям		5				5
Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям и т.д.		5				5
Работа со справочными материалами		5				5
Изучение и конспектирование научной литературы		5				5
Выполнение индивидуальных домашних заданий		5				5
Выполнение научно-исследовательской работы		4				4
Работа со специализированными сайтами		5				5
Изучение и анализ периодических изданий		5				5
Подготовка рефератов, сообщений		5				5
Анализ рекламной практики		5				5
Разработка электронных презентаций		5				5
СРС в период сессии		4				4
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	З				З
	зачет с оценкой (ЗО)	-	-	-	-	-
	экзамен (Э)		-		-	-
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	72				72
	зач. ед.	2				2

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ курса	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
4	1	Раздел I. История и современное состояние шоу-бизнеса	Понятие шоу-бизнес и его составляющие История возникновения и развития мирового шоу-бизнеса История отечественного шоу-бизнеса Современное состояние и структура мирового шоу-бизнеса.
4	2	Раздел II. Рекламные коммуникации в шоу-бизнесе	Особенности рекламных коммуникаций в шоу-бизнесе Формы и виды рекламирования объектов шоу-бизнеса Построение коммуникационных кампаний в шоу-бизнесе
4	3	Раздел III. ПР в шоу-бизнесе	Продюсер и его роль в шоу-бизнесе ПР-технологии в шоу-бизнесе Организация и проведение ПР-мероприятий в шоу-бизнесе

2.2. Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы контроля

№ курса	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
4	1	**История и современное состояние шоу-бизнеса**	**2**		**2**	**18**	**22**	
		Понятие шоу-бизнес и его составляющие	1			6	7	
		История возникновения и развития мирового и отечественного шоу-бизнеса			2	6	8	
		Современное состояние и структура мирового шоу-бизнеса.	1			6	7	
		Раздел дисциплины № 1	2		2	18	22	
4		**Рекламные коммуникации в шоу-**	**2**		**3**	**18**	**23**	

		бизнесе						
	2	Особенности рекламных коммуникаций в шоу-бизнесе			1	6	7	
		Формы и виды рекламирования объектов шоу-бизнеса	1		1	6	8	
		Построение коммуникационных кампаний в шоу-бизнесе	1		1	6	8	
		Раздел дисциплины № 2	**2**		**3**	**18**	**23**	
4	3	**ПР в шоу-бизнесе**	2		3	18	23	
		Продюсер и его роль в шоу-бизнесе	1			6	7	
		ПР-технологии в шоу-бизнесе	1			6	7	
		Организация и проведение ПР-мероприятий в шоу-бизнесе			3	6	9	
		Раздел дисциплины № 3	2		3	18	23	
		ИТОГО	**6**		**8**	**54**	(68+4) **72**	Зачет

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА
3.1. Виды СРС

№ курса	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды СРС	**Всего часов**
4	1	**История и современное состояние шоу-бизнеса**	Подготовка к практическим занятиям	2
			Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям и т.д.	2
			Работа со справочными материалами	2
			Изучение и конспектирование научной литературы	1
			Выполнение индивидуальных домашних заданий	1
			Выполнение научно-исследовательской работы	1
			Работа со специализированными сайтами	2
			Изучение и анализ периодических изданий	1
			Подготовка рефератов, сообщений	2
			Анализ рекламной практики	2
			Разработка электронных презентаций	2
4	2	**Рекламные коммуникации в шоу-бизнесе х контекстах**	Подготовка к практическим занятиям	2
			Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям и т.д.	2
			Работа со справочными материалами	2
			Изучение и конспектирование научной литературы	1
			Выполнение индивидуальных домашних заданий	1
			Выполнение научно-исследовательской работы	1
			Работа со специализированными сайтами	2
			Изучение и анализ периодических изданий	1
			Подготовка рефератов, сообщений	2
			Анализ рекламной практики	2
			Разработка электронных презентаций	2
4	3	**ПР в шоу-бизнесе**	Подготовка к практическим занятиям	2
			Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям и т.д.	2
			Работа со справочными материалами	2
			Изучение и конспектирование научной литературы	1
			Выполнение индивидуальных домашних заданий	1
			Выполнение научно-исследовательской работы	1
			Работа со специализированными сайтами	2
			Изучение и анализ периодических изданий	1
			Подготовка рефератов, сообщений	2
			Анализ рекламной практики	2
			Разработка электронных презентаций	2
			Итого	54

3.2. График работы студента

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Каталог образовательных интернет-ресурсов – URL - http://catalog.vlgmuk.ru/index.pl (дата обращения 15.05.2019)
2. Музыкально-образовательный портал – URL- http://www.aria.ru, (дата обращения 15.05.2019)
3. Музыкально-образовательный портал – URL- http://www.music.edu.ru, (дата обращения 15.05.2019)
4. Музыкально-образовательный портал - URL http://www.7not.ru, (дата обращения 15.05.2019)
5. Каталог композиторов – URL - http:// www.composers.ru, (дата обращения 15.05.2019)
6. Енукидзе Н.И. Популярные музыкальные жанры. Из истории джаза и мюзикла: Книга для чтения. – М.: ООО «Издательство «РОСМЕН-ПРЕСС», 2014. – 125 с.

Рекомендации к самостоятельной работе студентов.

Самостоятельная работа студентов по курсу «Реклама в шоу-бизнесе» играет важную роль в теоретическом и практическом освоении профессиональных навыков по рекламированию объектов шоу-бизнеса. Она предполагает:

1. работу с разнообразными источниками информации;
2. подготовка к тренингам и дискуссиям;
3. работа индивидуально и в малых группах над проектами;
4. написание докладов по обсуждаемым на лекциях и практических занятиях темам;
5. сбор различного рода информации;
6. работа в библиотеках и сайтах Интернета;
7. подготовка выступлений с использованием компьютерных программ;
8. создание презентаций;

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(См. Фонд оценочных средств)

4.2. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по учебной дисциплине (модулю)

Рейтинговая система в Университете не используется.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Новаторов, В.Е. Персональный маркетинг[Электронный ресурс] : монография / В.Е. Новаторов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 280 с. : ил., схем., табл. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430606 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-
2.	Пшеничная, П.В. PR-деятельность в шоу-бизнесе понятие, характеристика, используемые технологии [Электронный ресурс]/ П.В. Пшеничная. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 45 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97296 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-
3.	Учёнова, В.В. История рекламы [Электронный ресурс]: учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : ил. - - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На

					кафедре
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1.	Блюм, М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности [Электронный ресурс]/ М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, М.Ю. Яковлева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. - 105 с. : ил., табл., схем- URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780(Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-
2.	Горчакова, В.Г. Имиджелогия[Электронный ресурс]: теория и практика : учебное пособие / В.Г. Горчакова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 335 с. : ил., табл., схемы - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-
3.	Матвеев, А.Е. Роль PR-акций в формировании имиджа [Электронный ресурс]/ А.Е. Матвеев. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 127 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142361 (Дата обращения 14.05.2019)	1-3	5	ЭБС	-
4.	Марусева, И.В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс] : монография / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 419 с. : ил. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-
5.	Мортень, К.В. PR в шоу-бизнесе [Электронный ресурс]/ К.В. Мортень. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 88 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86339 (Дата обращения	1-3	5	ЭБС	-

	14.05.2019).				
6.	Новиков, В.В. Технологии пропаганды[Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / В.В. Новиков, К.Д. Герасимов. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА : УрФУ, 2018. - 149 с. : ил. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482238 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-
7.	Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Починкин. - Москва : Советский спорт, 2010. - 264 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57375 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-
8.	Райс, Л. Визуальный молоток. Как образы побеждают тысячи слов [Электронный ресурс]/ Л. Райс. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 181 с- URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232164 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-
9	Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - URL: Режим доступа:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422 (Дата обращения 14.05.2019)..	1-3	5	ЭБС	-
10	Чинцова, М.К. Графические образы моды [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.К. Чинцова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральская государственная архитектурно-художественная академия. - Екатеринбург : Архитектон, 2013. - 144 с. : ил. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436783 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	5	ЭБС	-

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Бесплатная электронная библиотека – URL: : Режим доступа: readall.ru (дата обращения 15.05.2019)
2. Библиотеки в Интернете – URL: : Режим доступа: http://www.gpntb.ru/win/window/ (дата обращения 15.05.2019)
3. Портал электронной библиотеки – URL: : Режим доступа: http://www.ihtik.lib.ru/(дата обращения 15.05.2019)
4. Университетская библиотека online – URL: : Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/ http://library.rsu.edu.ru/(дата обращения 15.05.2019)
5. Электронные каталоги. Поиск книг в российских библиотеках – URL: : Режим доступа: http://book.uraic.ru/internet/guide/books.htm(дата обращения 15.05.2019)

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Федеральный фонд учебных курсов по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам- URL -: Режим доступа: http://humanities.edu.ru / (дата обращения 15.05.2019)

2. Каталог образовательных интернет-ресурсов – URL : Режим доступа: - http://catalog.vlgmuk.ru/index.pl (дата обращения 15.05.2019)

3. Музыкально-образовательный портал – URL- : Режим доступа: http://www.aria.ru, (дата обращения 15.05.2019)

4. Музыкально-образовательный портал – URL- : Режим доступа: http://www.music.edu.ru, (дата обращения 15.05.2019)

5. Музыкально-образовательный портал - URL: Режим доступа: http://www.7not.ru, (дата обращения 15.05.2019)

6. Информационно-справочная система– URL-: Режим доступа: http://www.vip.km.ru-(дата обращения 15.05.2019)

7. История искусства в смайликах.– URL: Режим доступа: http://www.wirade.ru(дата обращения 15.05.2019)
8. Культура и искусство.– URL : Режим доступа: 3.http//www.ush.3dn.ru(дата обращения 15.05.2019)
9. История искусств в картинках – URL: Режим доступа: http// –deep me.ry(дата обращения 15.05.2019)
10. История, культура и традиции Рязанского края.– URL: Режим доступа: http://www. history-ryazan.ru(дата обращения 15.05.2019) –
11. Профессиональный PR-портал SOVETNIK.RU. – URL: : Режим доступа: - http://sovetnik.ru/ (дата обращения 15.05.2019)
12. Стиль и имидж. – URL: : Режим доступа: http://easy-style.ru/imglogic.shtml (дата обращения 15.05.2019)

Периодические издания

1. БОСС: Бизнес: Организация, Стратегия, Системы [Электронный ресурс]/ ред. А. Полянского - Москва : Профи-Пресс, 2014. - № 6. - 84 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240113 (Дата обращения 14.05.2019).

2. Музыка и электроника. [Электронный ресурс] Популярно-образовательный журнал. - – URL : Режим доступа: - http://www.art-in-school.ru/music/index.php?page=201401(дата обращения 15.05.2019)

Российское предпринимательство: всероссийский ежемесячный научно-практический журнал по экономике [Электронный ресурс]: научно-практический журнал / - Москва : Креативная экономика, 2012. - № 12 (210), Июнь. - 193 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138426 (Дата обращения 14.05.2019)

.6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

– специализированные лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:

– видеопроектор, ноутбук, переносной экран

6.3. Требования к специализированному оборудованию отсутствуют.

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Заполняется только для ФГОС ВПО

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание

	следующим понятиям (*имидж, репутация, общественное мнение, образ, имидживые исследования, имидживые технологии*) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Контрольная работа	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Доклад-презентация	Исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой.
Собеседование	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

- применение средств мультимедиа в образовательном процессе (например, презентации, видео);
- возможность консультирования обучающихся преподавателями в любое время и в любой точке пространства посредством сети Интернет.
- Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.
- Интерактивное общение с помощью ICQ и системы vk.com
- Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ЛИЦЕНЗИОННОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ)

Набор ПО в компьютерных классах	
Название ПО	№ лицензии

Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО
Набор ПО для кафедральных ноутбуков	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
1.	**Раздел I История и современное состояние шоу-бизнеса**	ОПК-1, ОПК-5,ПК-6, ПК-7	зачет
2.	**Раздел II. Рекламные коммуникации в шоу-бизнесе х контекстах**	ОПК-1, ОПК-5,ПК-6, ПК-7	зачет
3	**Раздел III. ПР в шоу-бизнесе**	ОПК-1, ОПК-5,ПК-6, ПК-7	Собеседование, индивидуальные домашние задания, контрольный просмотр работ, реферат, коллоквиум, НИРС, зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	**Содержание компетенции**	**Элементы компетенции**	**Индекс элемента**
ОПК-6	Способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ЗНАТЬ:	
		ЗНАТЬ 1.Основные задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий 2.Основные задачи профессиональной деятельности на основе информационной культуры 3.Основные задачи профессиональной деятельности на основе библиографической культуры	ОПК-6 З1 ОПК -6 З2 **ОПК -6 З3**
		УМЕТЬ:	
		1.Осуществлять выбор оптимальных форм решения профессиональных задач на основе информационной культуры 2.Осуществлять выбор оптимальных методов решения профессиональных задач на основе библиографической культуры 3.Осуществлять выбор оптимальных форм и методов решения профессиональных задач с применением информационно-коммуникационных технологий	ОПК-6 У1 ОПК-6 У2 ОПК-6У3
		ВЛАДЕТЬ:	
		1.Культурой мышления в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий 2.Способностями к обобщению, анализу,	ОПК-6 В1 ОПК-6 В2

		восприятию информации в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий 3.Способностями к постановке цели и выбору путей ее достижения в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий	ОПК-6 В3
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ЗНАТЬ	
		1.Особенности планирования эффективных коммуникационных кампаний. 2.Условия планирования и подготовки эффективных коммуникационных кампаний, 3.Требования к проведению специальных мероприятий	ПК-7 З1 ПК-7 З2 ПК-7 З3
		УМЕТЬ	
		1.Проводить необходимые рекламные и коммуникационные исследования при подготовке. 2.Проводить необходимые рекламные и коммуникационные исследования при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий. 3.Проводить необходимые рекламные и коммуникационные исследования при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	ПК-7 У1 ПК-7 У2 ПК-7 У3
		ВЛАДЕТЬ	
		1.Навыками работы в команде в комплексных коммуникационных мероприятиях 2.Навыками разделения	ПК-7 В1 ПК-7 В2

		функций в комплексных коммуникационных мероприятиях 3.Навыками разделения направлений деятельности в комплексных коммуникационных мероприятиях	ПК-7 В3
ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	ЗНАТЬ:.	
		1.Особенности построения рекламной кампании 2.Особенности подготовки рекламных материалов 3.Особенности традиционных и современных средств рекламы	ПК-8 З1 ПК-8 З2 ПК-8 З3
		УМЕТЬ	
		1.Использовать различные способы распространения презентационных материалов 2.Применять технику проведения различных по содержанию рекламных акций и PR-мероприятий 3.Применять технику проведения различных по методикам рекламных акций и PR-мероприятий	ПК-8 У1 ПК-8 У2 ПК-8 У3
		ВЛАДЕТЬ:	
		1.Способами участия в управлении рекламных служб 2.Способами участия в организации работы PR-служб 3.Способами участия в управлении и организации работы рекламных и PR-служб с привлечением художественно-творческих технологий.	ПК-8 В1 ПК-8 В2 ПК-8 В3

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (Зачет)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)
1.	Истоки шоу-бизнеса.	ОПК-1 З1, У2, ОПК-5 З2, У3,В3
2.	История массовых зрелищ	ОПК-1 З3, У1, ОПК-5 З1, У2,В1

3.	Средневековые мистерии	ОПК-1 З2, У2, ОПК-5 З2, У1,В3
4.	Карнавальная культура	ОПК-1 З1,У3, ОПК-5 З2, У1,В3
5.	Возникновение и эволюция рекламы шоу-бизнеса	ОПК-1 З3, У1, ОПК-5 З1, У2,В2
6.	Понятия массовая культура и шоу-бизнес.	ОПК-1 З1, У2, ОПК-5 З1, У1,В1
7.	Взаимосвязь искусства и экономики	ОПК-1 З1, В1, ОПК-5 З1, У1,В3
8.	Фольклор как основа массовой культуры и шоу-бизнеса	ОПК-1 У1,В3, ОПК-5 З1, У2,В1
9.	Психологические и эстетические предпосылки массовой культуры XX века	ОПК-5 З1, У1,В1, ПК-6 З1, У1,В1
10.	Массовый спрос и массовый вкус как регуляторы шоу-бизнеса	ОПК-5 З2, У1,В1, ПК-6 З2, У3,В3
11.	Основы коммерциализации культурных явлений	ОПК-5 З1, У2,В1, ПК-7 З1, У2,В2
12.	Роль китча в массовой культуре и шоу-бизнесе.	ОПК-1, У1, ОПК-5 З1, ПК-7 З2, У1
13.	Специфика рекламирования объектов шоу-бизнеса	ОПК-5 З3, У2,В1, ПК-6 З3, У2,В1
14.	Содержание и структура рекламной деятельности в шоу-бизнесе.	ОПК-5 З2, У1,В2, ПК-6 З1, У3,В1
15.	Рекламные исследования в шоу-бизнесе	ОПК-1 З1, У1, ОПК-5 З1, У1,В1
16.	Роль PR продвижении объектов шоу-бизнеса	ОПК-1 З1, У1, ОПК-5 З1, У1,В1
17.	PR–технологии в шоу-бизнесе	ОПК-5 З3, У1,В1, ПК-7 З2, У1,В1
18.	Имидж в шоу-бизнесе	ОПК-5 З1, У3,В1, ПК-7 З3, У1,В1
19.	Формирование и трансляция, виды имиджа в шоу-бизнесе	ОПК-5 З2, У2,В1, ПК-6 З1, У1,В2
20.	Драматургия образа	ОПК-5 З2, У1,В2, ПК-6 З2, У2,В1
21.	Имидж «звезд» шоу-бизнеса	ОПК-1, У1, ОПК-5 З1, ПК-7 З1, У1,
22.	Технологии создания имиджа и проекта в шоу-бизнесе	ОПК-1 З3, У1, ОПК-5 З2, У3,В1
23.	Слухи, скандалы и мифологизация образа	ОПК-5 З2, У3,В1, ПК-7 З1, У2,В1
24.	Деятельность имиджмейкеров шоу-бизнеса	ОПК-1 З2, В1, ОПК-5 З3, У1,В1
25.	Продюсерство в шоу-бизнесе	ОПК-1, У2, ОПК-5 З1, ПК-7 З1, У2
26.	Критерии оценки деятельности продюсера	ОПК-5 З1, У1,В3, ПК-7 З1, У2,В1
27.	Технологии успешного продюсера	ОПК-5 З3, У1,В1, ПК-6 З2,

		У2,В1
28.	Взаимодействие рекламы и массовой культуры	ОПК-5 З1, У2,В1, ПК-6 З3, У1,В3
29.	Позитивные функции массовой культуры	ОПК-1 З3, В1, ОПК-5 З1, У1,В2
30.	Рекламные жанры в шоу-бизнесе	ОПК-1, У2, ОПК-5 З2, ПК-7 З1, У3

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций, формируемых на учебных занятиях по дисциплине Реклама в шоу-бизнесе (Таблица 2.5 рабочей программы дисциплины (модуля).

«зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы