

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

«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Искусство в рекламных коммуникациях

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: История и международные отношения

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины «Искусство в рекламных коммуникациях» раскрыть роль и значение различных видов искусства как эффективного средства успешной рекламной деятельности и связей с общественностью, сформировать комплекс общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина «Искусство в рекламных коммуникациях» относится к вариативной части Блока Б1.В.ДВ.1.1 (Дисциплины по выбору)

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины

Основы рекламы

История рекламы

Основы маркетинга

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

Разработка и технологии производства рекламного продукта

Маркетинговые исследования и ситуативный анализ

Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «**Искусство в рекламных коммуникациях**», соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся 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
Общепрофессиональные компетенции					
1.	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	Основные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий	Осуществлять выбор оптимальных форм и методов решения профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий	Культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий
Профессиональные компетенции					
2.	ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Особенности и условия планирования и подготовки эффективных	Проводить необходимые рекламные и коммуникационные исследования при	Навыками работы в команде и разделения функций, направлений деятельности в комплексных

			коммуникационных кампаний, а также требования к проведению специальных мероприятий.	подготовке, планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	коммуникационных мероприятиях.
3.	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	Особенности построения рекламной кампании, подготовки рекламных материалов	Использовать различные способы распространения презентационных материалов, применять технику проведения различных по содержанию и методикам рекламных акций и PR-мероприятий	Способами участия в управлении и организации работы рекламных и PR-служб с привлечением художественно-творческих технологий.

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Искусство в рекламных коммуникациях»					
Цель дисциплины	раскрыть роль и значение различных видов искусства как эффективного средства успешной рекламной деятельности и связей с общественностью, 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-6	Способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и учетом основных требований информационной безопасности	<p>ЗНАТЬ Основные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий</p> <p>УМЕТЬ. Осуществлять выбор оптимальных форм и методов решения профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий</p> <p>ВЛАДЕТЬ: Культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей</p>	Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов	Собеседование, ИДЗ, реферат, НИРС, коллоквиум, контрольный просмотр работ зачет	<p>Пороговый иметь представление о стандартных задачах профессиональной деятельности</p> <p>Повышенный применять на практике умения решать профессиональные задачи на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий</p>

		ее достижения в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий			
Профессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	<p>ЗНАТЬ: Особенности и условия планирования и подготовки эффективных коммуникационных кампаний, а также требования к проведению специальных мероприятий.</p> <p>УМЕТЬ: Проводить необходимые рекламные и коммуникационные исследования при подготовке, планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>ВЛАДЕТЬ: Навыками работы в команде и разделения функций, направлений деятельности в комплексных коммуникационных мероприятиях.</p>	<p>Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов</p>	<p>ЗНАТЬ: Особенности и условия планирования и подготовки эффективных коммуникационных кампаний, а также требования к проведению специальных мероприятий.</p> <p>УМЕТЬ: Проводить необходимые рекламные и коммуникационные исследования при подготовке, планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>ВЛАДЕТЬ: Навыками работы в команде и разделения функций, направлений деятельности в комплексных коммуникационных мероприятиях.</p>	<p>Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов</p>

ПК-8	Способностью организовывать подготовку выпуска, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические рабочие презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	<p>ЗНАТЬ: Особенности построения рекламной кампании, рекламных материалов</p> <p>УМЕТЬ: Использовать различные способы распространения презентационных материалов, применять технику проведения различных по содержанию и методикам рекламных акций и PR-мероприятий</p> <p>ВЛАДЕТЬ: Способами участия в управлении и организации работы рекламных и PR-служб с привлечением художественно-творческих технологий.</p>	<p>Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов</p>	<p>ЗНАТЬ: Особенности построения рекламной кампании, рекламных материалов</p> <p>УМЕТЬ: Использовать различные способы распространения презентационных материалов, применять технику проведения различных по содержанию и методикам рекламных акций и PR-мероприятий</p> <p>ВЛАДЕТЬ: Способами участия в управлении и организации работы рекламных и PR-служб с привлечением художественно-творческих технологий.</p>	<p>Путем проведения лекционных, семинарских аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов</p>
------	---	--	---	--	---

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)	10	-	10	-	
В том числе:		-		-	
Лекции (Л)	4	-	4	-	
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)	6	-	6	-	
Лабораторные работы (ЛР)		-		-	
2. Самостоятельная работа студента (всего)	58	-	58	-	
В том числе		-			
СРС в семестре	58	-	58	-	
Курсовой проект (работа)	К		-		
	П				
	КР		-		
Другие виды СРС	58		58		
Подготовка к практическим занятиям	6		6		
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	6		6		
Выполнение научно-исследовательской работы	4		4		
Работа со специализированными сайтами	6		6		
Изучение и анализ периодических изданий	5		5		
Подготовка рефератов, сообщений	5		5		
Анализ рекламной практики	5		5		
Разработка электронных презентаций	6		6		
СРС в период сессии	4		4		
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	3		3	
	зачет с оценкой (ЗО)	-	-	-	-
	экзамен (Э)		-		-
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	72		72	
	зач.	2		2	
	ед.				

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ курса	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
2	1	Раздел I. Музыка как вид искусства и элемент рекламной коммуникации.	Функции и жанры рекламной музыки. Звуковой корпоративный стиль. Звуковой дизайн рекламы.
2	2	Раздел II. Визуальные виды искусства в рекламных коммуникациях	Изобразительное искусство в рекламе. Художественные средства изобразительного искусства в рекламе. Фотоискусство в рекламной деятельности.
2	3	Раздел III Литература и синтетические виды искусства в рекламных коммуникациях	Литература как основа рекламного обращения Театр как вид искусства и принцип построения игровых рекламных роликов. Кинематограф как элемент рекламной деятельности.

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 (по неделям семестра)
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
2	1	Раздел I. Музыка как вид искусства и элемент рекламной коммуникации..	2		2	19	23	
		Функции и жанры рекламной музыки.	1			6	7	
		Звуковой корпоративный стиль.	1		1	6	8	
		Звуковой дизайн рекламы			1	7	8	
		Раздел дисциплины № 1	2		2	19	23	зачет
2		Раздел II. Визуальные виды искусства в рекламных коммуникациях	1		2	19	22	
		Изобразительное искусство в рекламе. .	1			6	7	

2		Художественные средства изобразительного искусства в рекламе.		1	6	7	
		Фотоискусство в рекламной деятельности		1	7	8	
		Раздел дисциплины № 2	1	2	19	22	зачет
2	3	Раздел III Литература и синтетические виды искусства в рекламных коммуникациях	1	2	20	23	
		Литература как основа рекламного обращения	1		7	8	
		Театр как вид искусства и принцип построения игровых рекламных роликов.		1	6	7	
		Кинематограф как элемент рекламной деятельности.		1	7	8	
	Раздел дисциплины № 3	1	2	20	23	Зачет	
		ИТОГО	4	6	58	72 (68+4)	Зачет

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ курса	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
2	1	Раздел I. Музыка как вид искусства и элемент рекламной коммуникации	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
2	2	Раздел II.	Подготовка к практическим занятиям	2

		Визуальные виды искусства в рекламных коммуникациях	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	2
			Выполнение научно-исследовательской работы	1
			Работа со специализированными сайтами	3
			Изучение и анализ периодических изданий	1
			Подготовка рефератов, сообщений	2
			Анализ рекламной практики	2
			Разработка электронных презентаций	3
2	3		Раздел III Литература и синтетические виды искусства в рекламных коммуникациях	Подготовка к практическим занятиям
		Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям и т.д.		1
		Работа со справочными материалами		2
		Изучение и конспектирование научной литературы		1
		Выполнение индивидуальных домашних заданий		2
		Выполнение научно-исследовательской работы		1
		Работа со специализированными сайтами		3
		Изучение и анализ периодических изданий		1
		Подготовка рефератов, сообщений		2
		Анализ рекламной практики		2
		Разработка электронных презентаций		3

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](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.
7. Жак-Далькроз Э. Ритм. – М.: Классика-XXI, 2011. – 248 с.: илл., нот.
8. Кирнарская Д. Классическая музыка для всех: Западноевропейская музыка от григорианского пения до Моцарта. – С.: СЛОВО / SLOVO, 2015. – 272 с., илл.

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.	Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности[Электронный ресурс] : учебное пособие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 208 с. : ил. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	4	ЭБС	-
2.	Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы[Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	4	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	4	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.	Байе, Ш. Очерк истории искусств [Электронный ресурс]/ Ш. Байе ; пер. с французск. Е.М. Преображенской ; под ред. А.И. Сомова. - Санкт-Петербург : б.и., 1904. - 271 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236049 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	4	ЭБС	-

2.	Бернадская, Ю.С. Звук в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.С. Бернадская. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 135 с. : табл. - (Азбука рекламы). - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436693 (Дата обращения 14.05.2019)..	1-3	4	ЭБС	-
3.	Боголюбова, Н.М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева. - Санкт-Петербург : Издательство «СПбКО», 2009. - 416 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209858 (Дата обращения 14.05.2019)..	1-3	4	ЭБС	-
4.	Вашик, К. Искусство русского плаката XX века. Реальность утопии [Электронный ресурс]/ К. Вашик, Н. Бабурина. - Москва : Прогресс-Традиция, 2004. - 422 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235157 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	4	ЭБС	-
5.	Клюев, А.С. Сумма музыки [Электронный ресурс]/ А.С. Клюев. - Санкт-Петербург : Алетейя, 2017. - 608 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460859 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	4	ЭБС	-
6.	Марусева, И.В. Мишень вкуса: аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение» [Электронный ресурс] : монография / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 308 с. : ил., схем. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438287 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	4	ЭБС	-
7.	Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - 2-е изд. стереотип. - Москва : Издательство	1-3	4	ЭБС	-

	«Флинта», 2016. - 181 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470 (Дата обращения 14.05.2019)..				
8.	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	4	ЭБС	-
9	Уиллер, А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных [Электронный ресурс]/ А. Уиллер ; пер. с англ. А. Лисовского ; ред. В. Ионова. - 2-е изд. - Москва : Альпина Паблишерз, 2009. - 236 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443468 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	4	ЭБС	-
10	Эйслер, Р. Всеобщая история культуры [Электронный ресурс]/ Р. Эйслер ; ред. П.И. Броунова, В.А. Фаусен ; пер. А. Лютш. - Санкт-Петербург : Типография Акционерного Общества "Брокгауз-Ефрон", 1906. - 204 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=95330 (Дата обращения 14.05.2019).	1-3	4	ЭБС	-

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

1. Бесплатная электронная библиотека – URL: readall.ru (дата обращения 15.05.2019)
2. Библиотеки в Интернете – URL: <http://www.gpntb.ru/win/window/> (дата обращения 15.05.2019)
3. Портал электронной библиотеки – URL: <http://www.ihitik.lib.ru/>(дата обращения 15.05.2019)
4. Университетская библиотека online – URL: <http://www.biblioclub.ru/> <http://library.rsu.edu.ru/>(дата обращения 15.05.2019)
5. Электронные каталоги. Поиск книг в российских библиотеках – URL: <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 -<http://humanities.edu.ru/> / (дата обращения 15.05.2019)
 2. Каталог образовательных интернет-ресурсов – URL - <http://catalog.vlgmuk.ru/index.pl> (дата обращения 15.05.2019)
 3. Музыкально-образовательный портал – URL- <http://www.aria.ru>, (дата обращения 15.05.2019)
 4. Музыкально-образовательный портал – URL- <http://www.music.edu.ru>, (дата обращения 15.05.2019)
 5. Музыкально-образовательный портал - URL <http://www.7not.ru>, (дата обращения 15.05.2019)
 6. Информационно-справочная система– URL- <http://www.vip.km.ru>-(дата обращения 15.05.2019)
 7. История искусства в смайликах.– URL <http://www.wirade.ru>(дата обращения 15.05.2019)
 8. Культура и искусство.– URL <http://www.us3dn.ru> (дата обращения 15.05.2019)
 9. История искусств в картинках – URL <http://-deerp.me.ru> (дата обращения 15.05.2019)
 10. История, культура и традиции Рязанского края.– URL <http://www.history-ryazan.ru>(дата обращения 15.05.2019) –
- Периодические издания
1. Искусство и образование. Научно методический журнал. – URL - [http:// www.art-in-school.ru/music/index.php?page=201401](http://www.art-in-school.ru/music/index.php?page=201401)(дата обращения 15.05.2019)
 2. Музыка и электроника. Популярно-образовательный журнал. - – URL - <http://www.art-in-school.ru/music/index.php?page=201401>(дата обращения 15.05.2019)
1. Профессиональный PR-портал SOVETNIK.RU. – URL: - <http://sovetnik.ru/> (дата обращения 15.05.2019)

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ 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; пометать 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 удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям: <i>имидж, репутация, общественное мнение, образ</i> 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 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. Музыка как вид искусства и элемент рекламной коммуникации.	ОПК-6, ПК-7, ПК-8	Собеседование, индивидуальные домашние задания, контрольный просмотр работ, реферат, коллоквиум, НИРС, зачет
2.	Раздел II. Визуальные виды искусства в рекламных коммуникациях	ОПК-6, ПК-7, ПК-8	Собеседование, индивидуальные домашние задания, контрольный просмотр работ, реферат, коллоквиум, НИРС, зачет
3	Раздел III Литература и синтетические виды искусства в рекламных коммуникациях	ОПК-6, ПК-7, ПК-8	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:	
		<p>Основные задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Основные способы решения задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>ОПК-6 31</p> <p>ОПК -6 32</p>
		УМЕТЬ:	
		<p>Осуществлять выбор оптимальных форм решения профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры</p> <p>Осуществлять выбор оптимальных методов решения профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры</p> <p>Осуществлять выбор оптимальных форм и методов решения профессиональных задач с применением информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>ОПК-6 У1</p> <p>ОПК-6 У2</p> <p>ОПК-6У3</p>
		ВЛАДЕТЬ:	
		<p>Культурой мышления в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-</p>	ОПК-6 В1

		коммуникационных технологий Способностями к обобщению, анализу, восприятию информации в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий	ОПК-6 В2 ОПК-6 В3
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	ПК-7 З1
		УМЕТЬ	
		Проводить необходимые рекламные и коммуникационные исследования при подготовке, планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-7 У1
		ВЛАДЕТЬ	
		Навыками работы в команде и разделения функций, направлений деятельности в комплексных коммуникационных мероприятиях	ПК-7 В1
ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические рабочие и презентационные	ЗНАТЬ:.	
		Особенности построения рекламной кампании, подготовки рекламных материалов	ПК-8 З1
		УМЕТЬ	
		Использовать различные способы распространения презентационных материалов,	ПК-8 У1

	материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	применять технику проведения различных по содержанию и методикам рекламных акций и PR-мероприятий	
		ВЛАДЕТЬ:	
		Способами участия в управлении и организации работы рекламных и PR-служб с привлечением художественно-творческих технологий в изготовлении рекламного произведения	ПК-8 В1

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (Зачет)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)
1.	От русской гравюры, лубка и плаката XVIII в. до синематографа в рекламной коммуникации	ОПК-6 З1, ПК-7 У1, ПК-8 В1
2.	Ампир, эклектика, модерн в русском искусстве XIX в и современной рекламе	ПК-7У1, ПК-8 В1
3.	Романтизм, реализм, модернизм, авангард и их приемы в живописи и рекламе XIX-XX в.	ОПК6 З2, ПК-7 В1, ПК-8 У1
4.	Общее понятие о форме как процессе и структуре музыкального рекламного произведения.	ПК-7 З1, ПК-8 У1
5.	Циклические формы в музыке и рекламной коммуникации.	ОПК-6 У2, В2, ПК-7 В1, ПК-8 В1
6.	Особенности построения звуковой рекламы, структурные формулы: AIDA и пр.	ОПК-6 З1, ПК-7У1, ПК-8 В1
7.	Психологические основы использования произведений ИЗО в рекламе	ОПК-6 З1, ПК-7 У1, ПК-8 В1
8.	Восприятие музыки как процесс и особенности восприятия звука в рекламе.	ОПК-6 З2, ПК-7 В1, ПК-8 У1
9.	Виды, жанры и средства выразительного театрального искусства	ОПК-6 У3, В2, ПК-7 З1, ПК-8 З1
10.	Психология воздействия произведений искусств в рекламной коммуникации	ОПК-6 З1, ПК-7У1, ПК-8 В1
11.	Понятие о жанрах и видах рекламной музыки.	ОПК-6 У1, ПК-7 З1, ПК-8 У1
12.	Особенности, функции и виды корпоративной музыки.	ОПК-6 З1, ПК-7 У1, ПК-8 В1
13.	Средства музыкальной и художественной выразительности – общая характеристика и использование в рекламном процессе.	ОПК-6 У3, В3, ПК-7 З1, ПК-8 В1

14.	Понятие о литературных жанрах, их классификация.	ОПК-6 У3,В2, ПК-7 31, ПК-8 31
15.	Живопись эпохи Высокого Возрождения в Италии в конце XV – XVI вв. и его значение в развитии рекламы.	ОПК-6 31, ПК-7 У1,ПК-8 В1
16.	Искусство Западной Европы XVII –XVIII вв.	ОПК-6 31, ПК-7У1, ПК-8 В1
17.	Классицизм и его влияние на становление рекламных жанров.	ОПК-6 31, ПК-7 У1,ПК-8 У1
18.	Реализм – одно из ведущих направлений в изобразительном искусстве Европы XIX в. и его проявления в фотоискусстве	ОПК-6 У1, ПК-7 31, ПК-8 У1
19.	Портрет в художественном творчестве и его значение в создании имиджа политических деятелей.	ОПК-6 У3,В2, ПК-7 31, ПК-8 31
20.	Основные тенденции в развитии мирового искусства XX века и направления его участия в рекламном бизнесе.	ОПК-6 31, ПК-6 У1,ПК-8 В1
21.	Славянское язычество: театрализованные и обрядовые действа	ПК -7 31, ПК-8 У1,В1
22.	Возникновение кинематографа как техническая революция в производстве рекламы.	ОПК-6 У2, В2, ПК-7 В1, ПК-8 В1
23.	Особенности содержания музыкального рекламного продукта.	ОПК-6 У1, ПК-7 31, ПК-8 У1
24.	Содержание искусства и рекламной коммуникации	ОПК-6 32, ПК-6 В1, ПК-8 У1
25.	Что такое музыка, каковы источники ее возникновения, этапы развития и рекламные предпосылки?	ОПК-6 31, ПК-7У1, ПК-8 В1

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций, формируемых на учебных занятиях по дисциплине Искусство в рекламных коммуникациях (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.

**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
(наименование института /факультета)



(подпись)

О.И. Амурская

(И.О. Фамилия)

« 31 » августа 2020 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)
«Искусство в рекламных коммуникациях»**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки Реклама и связи с общественностью

Квалификация бакалавр

Форма обучения заочная

Рязань 2020

1. Цель освоения дисциплины

Цели освоения учебной дисциплины «Искусство в рекламных коммуникациях раскрыть роль и значение различных видов искусства как эффективного средства успешной рекламной деятельности и связей с общественностью, сформировать комплекс общепрофессиональных и профессиональных компетенций, их использования при решении профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью, ознакомления с тенденциями их развития.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 Б1.В.ДВ 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе (2 семестр).

2. Трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ 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-6	Способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной	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	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	1.Культурой мышления в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий 2.Способностями к обобщению, анализу, восприятию информации в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-

		безопасности		выбор оптимальных форм и методов решения профессиональных задач с применением информационно-коммуникационных технологий	коммуникационных технологий 3.Способностями к постановке цели и выбору путей ее достижения в решении задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий
2.	ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	1.Особенности планирования эффективных коммуникационных кампаний. 2.Условия планирования и подготовки эффективных коммуникационных кампаний, 3.Требования к проведению специальных мероприятий	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.	1.Навыками работы в команде в комплексных коммуникационных мероприятиях 2.Навыками разделения функций в комплексных коммуникационных мероприятиях 3.Навыками разделения направлений деятельности в комплексных коммуникационных мероприятиях
3.	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	1.Особенности построения рекламной кампании 2.Особенности подготовки рекламных материалов 3.Особенности традиционных и современных средств рекламы	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	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.

4. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения
Зачет (2 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.