

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра инновационных технологий управления в государственной
сфере и бизнесе

Рабочая программа по дисциплине

РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): **Реклама и связи с общественностью**

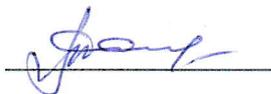
Квалификация:

Бакалавр

Форма обучения

Очная

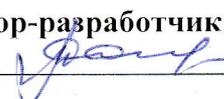
Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
11 06 2019 г., протокол № 7

Рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры
15.05 2019 г., протокол № 10
Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Автор-разработчик:
 Фейлинг Т.Б.

Санкт-Петербург 2019

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и компетенций в области конструирования рекламных носителей.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с основными целями и задачами рекламных конструкций;
- дать систематизированное представление о специфике конструкций рекламных носителей;
- сформировать представление об основных факторах, определяющих эффективность рекламных конструкций;
- познакомить с потребительскими свойствами конструкций;
- познакомить с основными видами рекламных конструкций;
- сформировать представление о достоинствах и недостатках основных каналов для передачи рекламной информации;

2. Место дисциплины в структуре ООП.

Дисциплина «Рекламные конструкции» относится к части дисциплин ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений; обеспечивает подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами в 8 семестре, объем дисциплины -144 ак. часов, 4 зачетные единицы.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Планирование и бюджетирование в рекламе и PR», «Медиапланирование и современные медиа», «Социальная реклама», «Реклама в коммуникационном процессе», «Управление коммуникационными проектами», «Реклама и PR технологии в экологии», «Реклама и PR технологии в развитии регионов».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Рекламные конструкции» используются в дальнейшем в Преддипломной практике и подготовке ВКР.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

На практических занятиях отрабатываются ключевые практические вопросы, формируются необходимые умения и навыки.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:
ПК-3, ПК-6.

Профессиональные компетенции

| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции |
|---|---|---|--|
| Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый | | | |
| Разработка целевых коммуникаций (в зависимости от целевых аудиторий) | Корпоративные и глобальные коммуникации, имидж компании, бренд компании (товарная марка, личный бренд), продукт рекламы, средства рекламы, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания, информационные ресурсы в сети Интернет. | ПК-3. Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям | ИД-1 ПК-3. Применяет знания сегментирования целевых аудиторий для разработки коммуникационных обращений. ИД-2 ПК-3. Учитывает особенности воздействия коммуникационных обращений на целевые аудитории. ИД-3 ПК-3. Оценивает эффективность выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории. |
| Тип задач профессиональной деятельности: проектный | | | |
| Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; обеспечение регулярной коммуникации и мониторинга информации в Интернет | Корпоративные и глобальные коммуникации, имидж компании, бренд компании (товарная марка, личный бренд), продукт рекламы, средства рекламы, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания, информационные ресурсы в сети Интернет. | ПК-6. Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов | ИД-1 ПК-6. Применяет знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий. ИД-2 ПК-6. При разработке коммуникационных проектов использует типовые алгоритмы проведения рекламных и PR кампаний. ИД-3 ПК-6. Осуществляет отбор современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов. |

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетных единицы

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

| Объём дисциплины | Всего часов |
|--|----------------------|
| | Очная форма обучения |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 144 |
| Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего: | 56 |
| в том числе: | |
| лекции | 28 |
| практические занятия | 28 |
| Самостоятельная работа (СРС) – всего: | 88 |
| в том числе: | |
| курсовая работа | |
| контрольная работа | - |
| Вид промежуточной аттестации | Экзамен |

4.2. Структура дисциплины

| № п/п | Раздел и тема дисциплины | Семестр | Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час. | | | Формы текущего контроля успеваемости | Занятия в активной и интерактивной форме, час. | Формируемые компетенции | Индикаторы достижений |
|-------|--|---------|--|---------|----------------|--------------------------------------|--|-------------------------|-----------------------|
| | | | Лекции | Семинар | Самост. работа | | | | |
| 1 | Тема 1. Основные понятия в рекламных конструкциях | 8 | 2 | 2 | 6 | опрос, сообщения | 4 | | |
| 2 | Тема 2. Этапы конструирования. | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения | 4 | | |
| 3 | Тема 3. Потребительские свойства конструкций. | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения задания | 4 | | |
| 4 | Тема 4. Художественный образ рекламных конструкций | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения задания | 2 | | |

| | | | | | | | | | |
|----|--|---|----|----|----|-----------------------------|----|--|--|
| 5 | Тема 5. Особенности восприятия рекламы. | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения, задания | 2 | | |
| 6 | Тема 6. Конструкции в наружной рекламе. | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения, задания | 2 | | |
| 7 | Тема 7. Конструкции выставочного оборудования. | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения, задания | 2 | | |
| 8 | Тема 8. Информационные системы. | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения, задания | 4 | | |
| 9 | Тема 9. Конструкции витрин. POS-конструкции | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения, задания | 2 | | |
| 10 | Тема 10. Рекламные конструкции на транспорте. | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения, задания | 2 | | |
| 11 | Тема 11. Декоративные конструкции. | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения, задания | 2 | | |
| 12 | Тема 12. Книги и документы. | 8 | 2 | 2 | 8 | Доклады, сообщения, задания | 2 | | |
| 13 | Тема 13. Тара и упаковка. | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения, задания | 2 | | |
| 14 | Тема 14. Эффективность рекламных конструкций | 8 | 2 | 2 | 6 | Доклады, сообщения, задания | 2 | | |
| | ИТОГО | | 28 | 28 | 88 | | 28 | | |

4.3. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Основные понятия в рекламных конструкциях.

Понятие рекламных конструкций. Виды. Значение конструирования. Эскиз. Чертеж. Материалы, применяемые при проектировании рекламных конструкций. Регламенты установки и эксплуатации рекламных конструкций. Городские инстанции на размещение рекламных и информационных носителей.

Тема 2. Этапы конструирования.

Постановка задачи. Разработка технического содержания. Основные сведения об объекте. Сроки и качество проектирования.

Разработка /проектирование. Построение системы, исследование новых принципов, структур, обоснование наиболее общих решений. Техническое предложение.

На эскизном этапе - детальная проработка возможности построения системы, результатом которого является эскизный проект.

На этапе технического проектирования выполняется укрупненное представление всех конструкторских и технологических решений; результатом этого этапа является технический проект.

На этапе рабочего проектирования производится детальная проработка всех блоков, узлов и деталей проектируемой системы, а также технологических процессов производства деталей и их сборки в узлы и блоки.

Этап реализации - непосредственное изготовление изделия (пробное/серийное), а также монтаж и установка изделия.

Отношение конструктор – заказчик. Унификация и стандарт. Единая система конструкторской документации (ЕСКД). Понятие технологической карты.

Тема 3. Потребительские свойства конструкций.

Потребительские свойства конструкций. Эргономика. Элементы конструкций. Штучное, комплексное, системное конструирование. Функция, морфология, технология. Принцип конструктора.

Тема 4. Художественный образ рекламных конструкций.

Алгоритм творческой работы. Правила, определяющие внешний облик, оформление и порядок размещения стилистически единых элементов городской среды, разработанный исходя из особенностей территории (типовой или исторической), включающий текстовые и графические материалы.

Тема 5. Особенности восприятия рекламы.

Психологические, физиологические, антропометрические свойства вещи. Экономические стандарты. Эргономические схемы, иллюстрации, особенности восприятия рекламы.

Тема 6. Конструкции в наружной рекламе.

Область применения. Характеристика зданий и сооружений. Виды наружной рекламы. Объемные буквы. Световые короба, маркизы, перетяжки, постеры. Осветительная арматура. Виды конструкционных материалов и способы использования. Виды пленок и пластмассы. Вспомогательное оборудование для производства рекламных конструкций.

Виды наружных конструкций. Городская мебель. Особенности размещения. Согласование. Эксплуатация конструкций. Риски в эксплуатации наружных конструкций. Утилизация конструкций.

Тема 7. Конструкции выставочного оборудования.

Характеристика выставочных помещений. Модульные сетки и конфигураторы. Состав выставочного оборудования. Подвижные и неподвижные конструкции. Конструктивные элементы (узлы, блоки, панели, напольные

конструкции). Конструкционные материалы. Этапы конструирования. Машины, механизмы, торговое оборудование.

Тема 8. Информационные системы.

Область применения (офис, вокзал, спортивные соревнования). Основные понятия. Виды конструкций (вывески, знаки, таблички, схемы). Психологическое восприятие. Система. Системы для офиса (зажимы, фиксаторы, электроарматура). Особенности изготовления и установки, обслуживания.

Тема 9. Конструкции витрин. POS-конструкции.

Область применения (магазин, торговое представительство, фирменная продажа, виды торговых объектов). Основные понятия. Виды конструкций (дизайнерские, инсталляции, продукт-конструкция).

Тема 10. Рекламные конструкции на транспорте.

Виды транспортных систем (автомобильная, железнодорожная, морская и т.д.). Характеристика полимерных пленок, виниловых тканей, лент. Конструкторские особенности городского транспорта. Краски и покрытия, способы их нанесения и обслуживания. Растровые технологии. Электроосветительная арматура. Виды конструкций (профили, панели, крепления и т.п.). Особенности изготовления, установки, обслуживания

Тема 11. Декоративные конструкции

Область применения. Особенности национальной рекламы. Виды традиционных технологий (ковка, керамика, резьба, роспись, плетение, витраж и т.п.) Монументальные конструкции.

Тема 12. Книги и документы. Виды печати. Виды конструкций

Область применения. Виды печати. Виды конструкций (свитки, папки, календари, буклеты, конверты и т.п. Сборно-разборные и монолитные конструкции книги. Фальцовка, брошюровка, склейка, ламинирование, штамповка, фигурная резка. Машины и аппараты.

Тема 13. Тара и упаковка

Область применения. Продовольственная упаковка. Разовая и многоразовая. Эксплуатационные требования. Конструкционные материалы (бумага, картон, пленка, пластмасса, древесина, сталь). Сувенирная упаковка.

Тема 14. Эффективность рекламных конструкций

Классификация общественных пространств. Размещение конструкций в городской среде. Размещение конструкций вне городского пространства. Конструкции внутри помещений. Конверсия торгового пространства.

4.3. Семинарские, практические занятия, их содержание

| № темы | Наименование практических занятий | Форма проведения | Формируемые компетенции | Индикаторы достижений |
|--------|---|---|-------------------------|----------------------------------|
| 1 | Художественное конструирование, творческая проектная деятельность | Сообщения, доклады, анализ видеоматериала | ПК-6 | ИД-1ПК-6 |
| 2 | Разработка рекламной конструкции (по видам, назначению) | Доклады, обсуждение важных аспектов лекции, анализ видеоматериала | ПК-6 ПК-5 | ИД-1ПК-5 ИД-1ПК-6 |
| 3 | Восприятие рекламного продукта (в зависимости от вида конструкций и материалов) | Дискуссия, сообщение, практическое задание | ПК-5 | ИД-1ПК-5 ИД-2ПК-5 |
| 4 | Рекламные конструкции и элементы городской среды | Дискуссия, доклад, практическое задание | ПК-5 | ИД-1ПК-5 ИД-3ПК-5 |
| 5 | Эргономические схемы, иллюстрации, особенности восприятия рекламы. | Дискуссия, практическое задание | ПК-5 ПК-4 | ИД-1ПК-4 ИД-2ПК-5 |
| 6 | Виды конструкционных материалов. Эффективность наружных конструкций | Дискуссия, сообщение, практическое задание | ПК-5 | ИД-1ПК-4 ИД-2ПК-5 |
| 7 | Анализ выставочных конструкций | Сообщения, обсуждение, практическое задание | ПК-6 ПК-4 | ИД-1ПК-4 ИД-2ПК-6 |
| 8 | Особенности изготовления, установки, обслуживания информационных конструкций | Сообщения, обсуждение, практическое задание | ПК-4 | ИД-1ПК-4 |
| 9 | Современные витрины. Рекламные конструкции в местах продаж | Сообщения, обсуждение, практическое задание | ПК-6 ПК-4 | ИД-1ПК-4 ИД-1ПК-4 ИД-2ПК-6 |
| 10 | Транспорт как носитель рекламной продукции. Конструктивные особенности. | сообщение, практическое задание | ПК-6 ПК-4 | ИД-1ПК-4 ИД-2ПК-6 |
| 11 | Декоративное искусство в | Дискуссия, анализ | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| | рекламных конструкциях | видеоматериала | | |
| 12 | Виды конструкций в корпоративной документации. | сообщение, практическое задание | | |
| 13 | Упаковка как носитель рекламной продукции. Материалы, конструкционные особенности | сообщение, практическое задание | | |
| 14 | Эффективность рекламной продукции в зависимости от носителя. | сообщение, практическое задание, анализ видеоматериала | | |

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций темы дисциплины сопровождаются методическими материалами:

методические указания по выполнению самостоятельной работы, методические материалы для практических занятий (в системе MOODLE и электронном виде на кафедре ИТУВГСБ).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Предусмотрены следующие виды контроля и аттестации обучающихся при освоении дисциплины:

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются:

- обсуждение, дискуссия, доклады;

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие типы контроля:

- практические задания.

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине. Фонды оценочных средств входят в состав РПД на правах отдельного документа.

а) Образцы тестовых и практических заданий текущего контроля

Задание 1.

Подготовить информацию о согласовании размещения рекламных конструкций:

Указатели до 1 м²., вывески до 2 м².

Вывески до 6 м². , консоли до 3 м².

Вывески более 6 м². , консоли более 3 м².

Козырьки.

Отдельностоящие рекламные конструкции (стелы, пилоны).

Консоль на опоре освещения.

Задание 2.

Разработать рекламную вывеску для торговой организации (собственный выбор), расположенной в центральной части города. Учесть нормативные документы (размещение рекламных вывесок в Санкт-Петербурге), виды конструкционных материалов, размеры конструкции, творческое решение конструкции. Обосновать эффективность конструкции.

Задание 3.

Подготовить видеоматериал с рекламными конструкциями, в которых использованы декоративные элементы. Пояснить эффективность носителей для каждого рекламируемого продукта (позиционирование, статус продукта, цена продукта, доступность целевым аудиториям).

Задание 4.

Провести исследование (по выбранной территории Санкт-Петербурга) на предмет размещения наружной рекламы (виды конструкций), оформление витрин, конструкции на транспорте.

Примерный перечень тем для докладов, сообщений:

1. Методы художественного и технического конструирования.
2. Световые конструкции в наружной рекламе.
3. Маркизы и перетяжки в наружной рекламе.
4. Конструкции информационных систем.
5. Тара и упаковка. Виды, области применения, конструкции.
6. Оригинальные и типовые конструкции в полиграфической рекламе (книги, буклеты, календари).
7. Типовые конструкции рекламы на подвесах и перетяжках.
8. Особенности упаковочных конструкций продовольственных товаров.
9. Конструктивные особенности и перечень многоразовых и одноразовых упаковок (бумага, пластмасса, сталь).
10. Декоративные конструкции рекламы в городе. История, способы изготовления и сборки.
11. Особенности конструкций в русской религиозной рекламе.
12. Фирменный стиль как синтез рекламных конструкций.
13. Особенности конструкций в монументальной рекламе.

14. Штучные, комплексные и системные конструкции выставочного оборудования.

6.2. Промежуточная аттестация: экзамен

Перечень вопросов к экзамену:

1. Понятия «конструкция» и «технологии». Связь и различие.
2. Конструкция и производство световых коробов.
3. Конструкция и производство бумажной упаковки.
4. Особенности конструирования упаковки.
5. Конструкция железнодорожных контейнеров. Проблемы нанесения рекламных изображений.
6. Конструкция и технология производства маркиз.
7. Конструкция и технология производства отдельных букв.
8. Электроарматура для световой рекламы. Особенности сборки и эксплуатации.
9. Конструкция кронштейнов для световой рекламы.
10. Декоративные конструкции в городской рекламе.
11. Конструкции печатных документов, буклетов, календарей.
12. Конструкции автомобильных тентов и перетяжек. Материалы, технология изготовления и нанесение рекламы.
13. Конструкции рекламы на основе виниловых пленок и др. листового материала.
14. Область применения полистирола
15. Конструкции на основе светового шнура
16. Конструкции рекламы для широкоформатной печати.
17. Принцип конструктора для рекламных объектов.
18. Эскиз, чертеж, макет как конструкторская модель.
19. Виды и конструкция осветительных приборов для наружной рекламы.
20. Распространенные типы выставочных конструкций.
21. Виды сборочных узлов выставочных конструкций.
22. Характеристика конструкций для визуальных коммуникаций в офисе.
23. Штучные, комплексные и системные конструкции выставочного оборудования.
24. Штучные, комплексные и системные конструкции торгового оборудования.
25. Антропометрические особенности человека. Их влияние на восприятие конструкций.

26. Этапы конструирования технических объектов в рекламе и задачи менеджера.
27. Требования потребителя к рекламным конструкциям.
28. Понятие конструктивно-технологической карты и макета.
29. Характеристика проектных комплектов в рекламной деятельности.
30. Синтез конструкций в монументальной рекламе. Декоративные технологии.
31. Эргономические схемы, их виды и место в конструкторском процессе.
32. Подвижные и неподвижные конструкции в рекламе. Их особенности и назначения.
33. Модульные сетки и конфигураторы в конструкторском процессе.
34. Структура web-странички.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по работе во время лекционных занятий

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектировать учебный материал представляемый преподавателем. Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций:

1. Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

2. Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

3. Ссылки на первоисточники отмечать на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их в текст конспекта.

4. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

5. Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

6. В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, формирование у них определенных умений и навыков, формирование части компетенции.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Подготовка к зачёту/экзамену. При подготовке к промежуточной аттестации необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и выполнение заданий на практических занятиях.

Процедура проведения экзамена и шкала оценивания результатов

Экзамен проводится по билетам путем устного собеседования. В каждом билете два теоретических вопроса. Дополнительные вопросы могут быть заданы экзаменатором, как по билету, так и по теоретическому курсу дисциплины.

Ответ студента оценивается по 4-х бальной шкале: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4870-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblionline.ru/bcode/383830>

2. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / Кузнецов П.А. - Москва : Дашков и К, 2018. - 296 с.: ISBN 978-5-394-01068-2 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/511984>

3. Нартя, В.И. Основы конструирования объектов дизайна : учеб. пособие / В.И. Нартя, Е.Т Суиндигов. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. - 264 с. - ISBN 978-5-9729-0353-5. - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/1053286>

4. Свиридова, Е. А. Правовое регулирование рекламы [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Е. А. Свиридова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2012. - 191 с. - ISBN 978-5-238-01581-1.

В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=377376>

б) Дополнительная литература:

1. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 176 с.:- (Бакалавриат) - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/994302>

2. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0155-1 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/196365>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. windows 7 48130165 21.02.2011
office 2010 49671955 01.02.2012
2. Электронная библиотека ЭБС: «Znanium» (<http://znanium.com/>), ЮРАЙТ

Интернет-ресурсы:

www.Advertology.ru - портал «О рекламе и маркетинге»;

www.reklamist.com - «Энциклопедия Рекламных Знаний»;

www.AdVesti.ru интернет-ресурс о рекламе

Сайт о рекламе и маркетинге в России и мире www.Adindex.ru –

www.adme.ru интернет-портал «Креативная реклама»

<http://www.sostav.ru/> - интернет-портал о маркетинге и рекламе

Журналы: Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах

Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Наружка; BTL-magazine.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной

переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.