

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06 Рекламный текст

для специальности
42.02.01 Реклама

**Москва
2023**

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и одобрена предметно- цикловой комиссией профессионального учебного цикла.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана с учетом федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26.06.2014, регистрационный № 32859).

Внутренняя экспертиза:
Заведующая УМУ Заметта Д.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	20

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06 Рекламный текст

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Рабочая программа учебной дисциплины единая для всех форм обучения и может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки)

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: общепрофессиональная дисциплина входит в профессиональный цикл и является вариативной.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения

В результате изучения общепрофессиональной учебной дисциплины обучающийся должен:

уметь:

рецензировать рекламные тексты;

исследовать стилевые особенности, выразительные и художественно-изобразительные средства языка рекламного текста;

использовать знания о специфических особенностях языка рекламы при составлении оригинальных самостоятельных текстов для различных типов рекламы;

выражать творческие идеи в тексте рекламы, используя выразительные средства речи.

знать:

профессиональную терминологию копирайтера;

методы, приемы, особенности составления рекламного дискурса;

специфические особенности языка рекламы;

стилевые особенности рекламного текста;

особенности слогана как рекламной константы;

маркетинговую и художественную ценность рекламного текста;

выразительные и художественно-изобразительные средства русского языка и их использование в рекламе;

специфику языка разных типов рекламы (аудиальной, визуальной, др);

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен в результате освоения учебной дисциплины **обладать общими компетенциями (ОК)**, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен **обладать профессиональными компетенциями (ПК)**, соответствующими видам деятельности:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

Требования к формированию личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания <i>(дескрипторы)</i>	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе, и современном мировом сообществе. Сознующий свое единство с народом России, с Российским государством, демонстрирующий ответственность за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать историческую правду о Российском государстве	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранниками	ЛР 2
Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие	ЛР 3

социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней	
Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»	ЛР 4
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России, к Российскому Отечеству. Проявляющий ценностное отношение к историческому и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права	ЛР 5
Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации	ЛР 6
Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения. Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей	ЛР 7
Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение	ЛР 8
Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных наклонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ,	ЛР 9

азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде	
Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира, проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве. Выражающий ценностное отношение к технической и промышленной эстетике	ЛР 11
Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	ЛР 12
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности	ЛР 13
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость	ЛР 14
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	ЛР 15
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)	
Демонстрирующий профессиональные умения и навыки, проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности; возможности реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных,	ЛР 16

общественных, государственных, общенациональных проблем; Способный продуктивно и добросовестно трудиться, и реализовать свой личностный потенциал в профессиональной деятельности. Самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности.	
Мотивированный к самообразованию и развитию. Признающий ценность образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности. Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику, сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях. Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению.	ЛР 17
Проявляющий культуру потребления информации, умение и навыки пользования компьютерной техникой и специализированными программами; навыки отбора и критического анализа информации, умение ориентироваться в информационном пространстве (в том числе в сетевом)	ЛР 18
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса (при наличии)	
Проявляющий сознательное отношение к труду; добросовестность и ответственность за результат учебной деятельности; демонстрирующий интерес к будущей профессии; демонстрирующий навыки здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся	ЛР 19
Проявляющий мировоззренческие установки на отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся	ЛР 20
Демонстрирующий интерес к участию и проведению мероприятий культурно-спортивной направленности (концерты, конкурсы, соревнования, фестивали, экскурсии, выставки и т.д.)	ЛР 21

Учебная дисциплина должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 1-21 в соответствии с Программой воспитания обучающихся

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 96 часов,
в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 64 часа;
самостоятельной работы обучающегося 32 часа.

Промежуточная аттестация – экзамен

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	96
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
лекции, уроки	16
практические занятия	48
консультации	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	32
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.06 Рекламный текст

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Понятие делового общения			
Введение	Содержание учебного материала. Понятие «рекламный текст». Место рекламы в культуре 21 века. Междисциплинарные связи «Рекламного текста» Обзор литературы по предмету.	1	2
Раздел 1. Реклама и риторика. Реклама как дискурс.			
Тема 1.1. Логика и аргументация в рекламном тексте.	Содержание учебного материала. Основа рекламного текста - ясно выраженная аргументация, базирующаяся не столько на доказательстве, сколько на передаче убеждения от коммуниканта к реципиенту (потенциальному потребителю).	1	2
	Содержание учебного материала. Основа рекламного текста - ясно выраженная аргументация, базирующаяся не столько на доказательстве, сколько на передаче убеждения от коммуниканта к реципиенту (потенциальному потребителю).	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Подбор иллюстраций применения приемов аргументации в современной рекламе.	4	3
Тема 1.2. Рекламный текст как коммуникативная единица.	Содержание учебного материала. Особенности рекламного текста. Типы рекламных текстов с точки зрения формы рекламной коммуникации: вербально-коммуникативный, вербально-визуальный, аудио-вербальный, мультимедийный. Типы рекламных текстов с точки зрения цели: информационные, напоминающие, убеждающие и т.д.	1	2
	Содержание учебного материала. Функции воздействия рекламных текстов: функция воздействия языка и функция воздействия массовой коммуникации. Три основные составляющие рекламного текста: синтактика, семантика и прагматика.	1	
	Практическое занятие № 1. Подбор 10 рекламных текстов современной рекламы. Анализ подобранных текстов с точки зрения составляющих и типа рекламных текстов. Составление своего рекламного объявления определенного типа.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся. Подбор примеров рекламных текстов.	4	
Тема 1.3. Семиотика рекламного текста.	Содержание учебного материала. Основные понятие семиотики, применимые к рекламному тексту («нарратор», «знак», «ядро»). Два направления семиотики: структурная и коммуникативная.	1	2
	Содержание учебного материала. Типы знаков: дотекстовые и посттекстовые и особенность их в рекламных текстах.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение конспекта лекций.	4	3

Раздел 2. Мифотехнологии в рекламе.			
Тема 2.1. Архетипы в рекламе.	Содержание учебного материала. Концепция архетипических знаков К. Юнга. Миф как способ организации восприятия реальности.	1	2
	Содержание учебного материала. Основные архетипические образы, используемые в рекламе.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение конспекта лекций.	2	3
Тема 2.2. Рекламный текст как разновидность современного мифа.	Содержание учебного материала. Мифологический знак как носитель смысла, инструмент манипуляций человеческой психикой. «Общечеловеческие ценности» как основа создания мифологических образов в рекламе.	1	2
	Содержание учебного материала. «Риторические фигуры» (Р. Барт) мифотворчества, используемые в рекламе: отождествление, лишение истории, квантификация, «присоединение». Легендирование рекламного текста.	1	
	Практическое занятие № 2. Подбор 10 рекламных текстов современной рекламы. Анализ подобранных текстов на наличие в них архетипических и мифологических образов. Определение способа использования «риторических фигур». Составление своего рекламного объявления с привлечением мифологических образов.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка сообщения о мифологических персонажах. Анализ рекламных текстов с позиции мифа.	4	
Раздел 3. Различные типы рекламы.			
Тема 3.1. Характеристика различных видов рекламы.	Содержание учебного материала. Преимущества и недостатки рекламных текстов в различных типах рекламы.	2	2
	Содержание учебного материала. Использование ключевых компонентов рекламы для успешного менеджмента.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка сообщений о различных видах рекламы.	4	3
Тема 3.2. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы.	Содержание учебного материала. Особенности языка, оформления, рекламных текстов в зависимости от выбранного вида рекламы.	2	2
	Практическое занятие № 3. Анализ текстов современной рекламы на ТВ, радио, в газетах, журналах, наружной рекламе. Выявление недостатков и достоинств данного типа рекламных текстов и их преимущества перед другими типами рекламы.	2	3
	Практическое занятие № 4. Составление рекламного текста одного типа, и его адаптация к другому типу рекламы.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Подбор примеров рекламных текстов и их анализ.	4	

Раздел 4. Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста			
Тема 4.1. Основные принципы составления рекламных текстов.	Содержание учебного материала. Методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов. Учет классификации человеческих потребностей (по Маслоу) при составлении рекламного текста.	2	2
	Содержание учебного материала Основные правила создания хорошей рекламы и рекламных текстов (кодекс копирайтера). Требования к рекламированию товаров и услуг, которые необходимо учитывать при разработке рекламного текста. Роль копирайтера в рекламном агентстве, его основные функции.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение конспекта лекций.	2	3
Тема 4.2. Основные приемы создания рекламного текста.	Содержание учебного материала. Основные приемы создания рекламного текста: прием внушения, прием создания положительного прагматического фона, использование стилистических форм.	2	2
	Практическое занятие № 5. Анализ текстов современной рекламы с точки зрения использования стилистических приемов.	2	3
	Практическое занятие № 6. Составление собственных рекламных текстов с использованием стилистических приемов.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка сообщений о различных приемах создания рекламы.	4	
Тема 4.3. Художественные особенности языка рекламы.	Содержание учебного материала. Вербальные и невербальные средства общения. Национальная специфика языка жестов, мимики, позы. Язык мимики.	2	2
	Содержание учебного материала. Виды жестов: механические, ритмические, эмоциональные, указательные, изобразительные, символические. Роль невербальных средств в рекламе.	2	
	Практическое занятие № 7. Подбор 10 лучших, на Ваш взгляд, рекламных текстов современной рекламы. Анализ подобранных текстов с точки зрения их художественной ценности: фонетический анализ, анализ структуры предложений, средств художественной выразительности.	2	3
	Практическое занятие № 8. Сочинение своего рекламного текста с использованием выразительных средств русского языка.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ рекламных текстов.	4	
Тема 4.4. Особенности языка рекламных	Содержание учебного материала. Роль заголовка в рекламе. Использование клише при создании заголовков. Конкуренция заголовков реклам и статей. Виды заголовков: реклама без заголовка, слепой заголовок.	2	2

заголовков.	Содержание учебного материала. Приемы, повышающие эффективность заголовка: основной продающий момент, упоминание категории потребителей, новизна, конкретность, полезная информация и др.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение конспекта лекций.	2	3
Тема 4.5. Особенности языка основного рекламного текста.	Содержание учебного материала. Понятие «основной текст» рекламы. Приемы написания рекламного текста: максимум фактов и информации, чистота языка.	2	2
	Практическое занятие № 9 (Вариант1) 1. Подобрать 5 рекламных текстов с заголовками. 2. Проанализировать заголовки с позиций приемов, при помощи которых они созданы. 3. Подобрать 5 рекламных текстов без заголовков. 4. Составить собственные заголовки к подобранным рекламным текстам.	2	3
	Практическое занятие № 9 (Вариант2) «Сделай имя» 1. Придумайте название для собственного торгового дома. Условие: в названии должны каким-то образом обыгрываться Ваше имя, отчество и фамилия. 2. Придумайте название уже существующему продукту. Составьте основной текст его рекламы.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Подбор примеров рекламных текстов и анализ их заголовков и основного текста.	4	
Тема 4.6. Слоган как рекламная константа.	Содержание учебного материала. Понятие «слоган». Слоган – рекламный девиз. Назначение слогана – привлечь внимание и побудить к действию. Виды слоганов: употребление цитат и аллюзий, метафор, повторов и др. Особенности слогана в интернете. Принципы составления слоганов. Типы слоганов со структурной точки зрения: связанные, привязанные и свободные. Типы слоганов с точки зрения содержания: буквальные, конкретные и абстрактные.	2	2
	Практическое занятие № 10. (Вариант1) 1. Подбор 5 лучших и 5 неудачных, на Ваш взгляд, рекламных текстов современной рекламы. 2. Анализ подобранных текстов с точки зрения особенностей языка рекламы: заголовок – слоган – основной текст. Определение типа слогана согласно различным точкам зрения. 3. Составление своего рекламного текста, посвященного колледжу.	2	3
	Практическое занятие № 10. (Вариант2) 1. Придумайте слоган для нового продукта. 2. Составьте новый слоган для известного продукта. 3. Адаптируйте иноязычный слоган для российских потребителей.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Составление собственных рекламных слоганов.	4	

Тема 4.7. Основные этапы создания рекламного текста.	Содержание учебного материала. Знакомство студентов с ключевыми моментами в рождении текста рекламы: составление активного словаря; подбор художественных приемов и средств; написание слоганов; композиционное решение, стилистическое оформление текста и др.	2	2
	Практическое занятие № 11. Составление своего рекламного текста с описанием основных этапов работы над ним.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ рекламных текстов с позиции их создания. Описание этапов работы при составлении собственного рекламного текста.	2	
Тема 4.8. Обобщение изученного материала. Защита собственных рекламных текстов.	Практическое занятие № 12 Защита собственных рекламных текстов, представление их в аудитории, анализ составленного текста студентами группы.	2	3
	Практическое занятие № 13 Защита собственных рекламных текстов, представление их в аудитории, анализ составленного текста студентами группы.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Составление собственного рекламного текста, его анализ и подготовка к защите перед аудиторией.	2	
Промежуточная аттестация - экзамен			
Всего:		96	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

<p>Учебная аудитория (кабинет проектирования рекламного продукта) для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов</p> <p>Специализированная мебель: учебная мебель (стул с пюпитром) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска; мольберты; натюрмортный фонд, включающий гипсовые модели головы, геометрических тел, драпировки.</p> <p>Технические средства обучения: компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, телевизор.</p> <p>Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.</p>
<p>Библиотека (читальный зал, помещение для самостоятельной работы обучающихся)</p> <p>Специализированная мебель: комплект учебной мебели, в т.ч. адаптивные парты для лиц с ОВЗ и инвалидов.</p> <p>Технические средства обучения: компьютеры в сборе; телевизор Sharp; беспроводная клавиатура CleVu с большими ярко окрашенными кнопками и разделителем для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; роллер, заменяющий компьютерную мышь, для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; видеувеличитель электронный ручной, позволяющий читать слабовидящим людям плоскочечатный текст на мониторе (экране) с возможностью увеличения текста; портативный дисплей Брайля Focus 14 Blue, включающий точечную клавиатуру, возможность подключения к ПК; клавиатура со шрифтом Брайля; наушники; колонки.</p> <p>Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (методический кабинет)</p> <p>Специализированная мебель: комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска.</p> <p>Технические средства обучения: компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.</p> <p>Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: WindowsServer2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.</p>

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>

2. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497532>

Дополнительная литература:

3. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493851>

4. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496365>

5. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495461>

6. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

7. Лебон, Г. Психология масс / Г. Лебон; переводчики Э. К. Пименова, А. Фридман. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-09319-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475136>

Интернет-источники:

1. Научная электронная библиотека, [Электронный ресурс], – Режим доступа: www.elibrary.ru
2. Новая электронная библиотека www.newlibrary.ru
3. Электронная библиотека учебных материалов [Книги \(nehudlit.ru\)](http://Книги(nehudlit.ru))
4. Бесплатный интерактивный онлайн-сервис для разработки, проверки и закрепления уже полученных знаний <https://learningapps.ru/>
5. КАРТА РЕКЛАМНОГО РЫНКА <https://www.sostav.ru/advmap>
6. Журнал «Бренд-менеджмент» <https://grebennikon.ru/journal/7/>
7. <http://www.clickz.ru/> - ежедневный журнал о рекламе в Сети Интернет
8. Все о рекламе, маркетинге и СМИ России <http://www.xn----8sbennohjbkb0ako7l.xn--p1ai/>
9. Журналы о рекламе <https://propel.ru/jornal/>
10. Журнал «как» <https://kak.ru/>
11. История изобразительного искусства: <http://www.arthistory.ru/>
12. История искусств и биографии, художники и картины, скульптуры и графика <http://iskusstvu.ru/>
13. Портал по изобразительному искусству <http://vesnart.ru/>

3.3. Реализация элементов практической подготовки

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие

обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

3.4. Воспитательная составляющая программы

Воспитательная система в Университете направлена на формирование и развитие интеллектуальной, культурной, творческой, нравственной личности обучающегося, будущего специалиста, сочетающего в себе профессиональные знания и умения, высокие моральные и патриотические качества, обладающего правовой и коммуникативной культурой, активной гражданской позицией.

Учебная дисциплина ОП.06 Рекламный текст способствует развитию личностных результатов в соответствии с Программой воспитания обучающихся.

3.5. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

При реализации образовательной программы образовательная организация вправе применять электронное обучение (ЭО) и дистанционные образовательные технологии (ДОТ).

Под электронным обучением понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под дистанционными образовательными технологиями понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

3.6. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Адаптация рабочей программы дисциплины проводится при реализации адаптивной образовательной программы (при предоставлении индивидуальной программы реабилитации или абилитации (ИПРА) инвалида разрабатывается в соответствии с его потребностями) – в целях обеспечения права инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на получение профессионального образования, создания необходимых для получения среднего профессионального образования условий, а также обеспечения достижения обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья результатов формирования практического опыта.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте ММУ (<http://www.mi.university>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

3.7. Оборудование учебного кабинета для обучающихся с различными видами ограничения здоровья

Оснащение кабинета должно отвечать особым образовательным потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Кабинет должен быть оснащен оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с различными видами ограничений здоровья.

Кабинет, в котором обучаются лица с нарушением слуха, должен быть оборудован индукционными системами (индукционными петлями).

Для слабовидящих обучающихся в кабинете предусматривается наличие компьютерной техники для просмотра учебной информации при помощи видео-увеличителей, использование клавиатуры со шрифтом Брайля.

Для обучающихся с нарушением опорно-двигательного аппарата кабинет должен быть оборудован адаптивными партами с регулировкой высоты.

Вышеуказанное оснащение устанавливается в кабинете при наличии обучающихся по адаптированной образовательной программе с учетом имеющегося типа нарушений здоровья у обучающегося.

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

3.8. Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Применяемые при реализации рабочей программы формы и методы контроля проводятся с учетом ограничения здоровья обучающихся.

Целью текущего контроля является своевременное выявление затруднений и отставания обучающегося с ограниченными возможностями здоровья и внесение коррективов в учебную деятельность.

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

При проведении промежуточной аттестации обучающемуся предоставляется время на подготовку к ответу, увеличенное не более чем в три раза от установленного для подготовки к ответу обучающимся, не имеющим ограничений по состоянию здоровья.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля: проведения устного фронтального опроса по контрольным вопросам соответствующих тем, практических занятий, тестирования, выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований; а также в ходе проведения промежуточной аттестации по завершении изучения учебной дисциплины.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Знания: профессиональную терминологию копирайтера; методы, приемы, особенности составления рекламного дискурса; специфические особенности языка рекламы; стилевые особенности рекламного текста; особенности слогана как рекламной константы; маркетинговую и художественную ценность рекламного текста; выразительные и художественно-образительные средства русского языка и их использование в рекламе; специфику языка разных типов рекламы (аудиальной, визуальной, др);</p>	<p>Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75% правильных ответов. Не менее 75% правильных ответов. Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии</p>	<p>Текущий контроль: - оценка и анализ индивидуальных заданий, практических заданий, внеаудиторной самостоятельной работы. - экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работы</p>
<p>Умения: рецензировать рекламные тексты; исследовать стилевые особенности, выразительные и художественно-образительные средства языка рекламного текста; использовать знания о специфических особенностях языка рекламы при составлении оригинальных самостоятельных текстов для различных типов рекламы; выражать творческие идеи в тексте рекламы, используя выразительные средства речи.</p>	<p>Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, точность расчетов, соответствие требованиям Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д. Точность оценки, самооценки выполнения Соответствие требованиям инструкций, регламентов Рациональность действий.</p>	<p>Оцениванию подлежат все зачетные практические работы по темам и разделам. Задание, выполненное полностью - 5 (отлично). Задание, выполненное в минимальном объеме (не менее чем на половину) – 3 (удовлетворительно). Задание, выполненное более чем на $\frac{3}{4}$ - 4 (хорошо)</p> <p>Промежуточная аттестация в форме экзамена.</p>

Оценка личностных результатов может быть произведена с применением следующих форм оценивания:

- персонифицированная (демонстрирующая достижения конкретного обучающегося);
- неперсонифицированная (характеризующая достижения в учебной группе, у конкретного педагогического работника, в образовательной организации в целом);
- качественная (измеренная в номинативной шкале: есть/нет);
- количественная (измеренная, например, в ранговой шкале: больше/меньше);
- интегральная (оцененная с помощью комплексных тестов, портфолио, выставок, презентаций);
- дифференцированная (оценка отдельных аспектов развития).

При этом могут предусматриваться следующие методы оценивания:

- наблюдение;

- портфолио;
- экспертная оценка;
- стандартизованные опросники;
- проективные методы;
- самооценка;
- анализ продуктов деятельности (проектов, практических, творческих работ) и т.д.

Приложение 1

Планирование учебных занятий с использованием активных и интерактивных форм и методов обучения обучающихся

Тема учебного занятия	Активные и интерактивные формы и методы обучения
Анализ текстов современной рекламы на ТВ, радио, в газетах, журналах, наружной рекламе.	Дискуссия.
Защита собственных рекламных текстов, представление их в аудитории, анализ составленного текста студентами группы.	Работа в группах.