

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»**

**Институт философии
Кафедра журналистики**

УТВЕРЖДАЮ
Директор института философии
П. П. Складар
(подпись)
« » 2025 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

по направлению подготовки: **42.03.02 Журналистика**
профиль: «Универсальная журналистика»

Луганск – 2025

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламная деятельность» по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика. – с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламная деятельность» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 524 (редакция с изменениями № 1456 от 26.11.2020), учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 (профиль «Универсальная журналистика»).

СОСТАВИТЕЛЬ:

Профессор кафедры журналистики, доктор философских наук, доцент Даренский В.Ю.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
«__» ____ 20__ г., протокол № __

Заведующий кафедрой
журналистики

 Ю.П. Фесенко

Переутверждена: «30» 01 2025 г., протокол № 4

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии
«20» 02 2025 г., протокол № 6.

Председатель учебно-методической комиссии
института философии

 С. А. Пидченко

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины «Рекламная деятельность» – формирование у обучающихся профессиональных компетенций в области теории и практики организации рекламной деятельности, а также формирование понимания роли рекламы и PR в развитии и функционировании СМИ.

Задачи изучения дисциплины «Рекламная деятельность»:

- знакомство с основными закономерностями рекламной деятельности;
- изучение жанров и стилевых направлений рекламной деятельности;
- знакомство с особенностями рекламной деятельности как сферы творчества журналиста;
- воспитание навыков и культуры рекламной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Основывается на базе дисциплин: «Медiateкст», «Медиакультура», «Современные медиасистемы».

Является основой для освоения профессиональных дисциплин: «Организация работы пресс-службы», «PR в медиасфере».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-2. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-2.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики.	Знать: основные этапы развития рекламной деятельности; закономерности развития носителя информации; функции и свойства документов; проблемы рекламной деятельности; Уметь: решать основные проблемы рекламной деятельности; пользоваться специальной терминологией и

		ориентироваться в литературе по PR в издательском деле; выделять особенности, преимущества и недостатки тех или иных разновидностей рекламной деятельности; Владеть: навыками создания различными способами рекламной деятельности; практическими навыками в освоении особенностей процесса исследования состава рекламной деятельности конкретного учреждения, организации или предприятия; Знать: историю развития рекламной деятельности и её сущность; виды социальной информации; основные разновидности материальных носителей информации; Уметь: анализировать документную информацию; Владеть: опытом работы с различными видами и формами рекламной деятельности;
	ПК-2.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики.	
	ПК-2.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат.	Знать: способы рекламной деятельности и её структуру; Уметь: создавать различными способами документы и работать с ними; распознавать фальсифицированные документы; Владеть: навыками анализа документов, систем документации, документных ресурсов (массивов) и документной рекламной деятельности;

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очнозаочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)		108 (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	48		10
Лекции	24		4
Семинарские занятия	24		
Практические занятия	-		6
Лабораторные работы	-		
Курсовая работа (курсовой проект)			
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-		
Самостоятельная работа студента (всего)	60		98
Форма аттестации	зачет		зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Реклама в системе массовых коммуникаций

Определение рекламы. Функции и результаты воздействия рекламы. Устное сообщение/коммуникаций Роль рекламы в обществе. Реклама как средство передачи информации. Реклама в Древнем мире. Реклама в западных странах в Средние века и в период расцвета капитализма. Реклама в России до революции, в годы НЭПа, «доперестроечный» период. Особенности, тенденции и перспективы рекламного дела на рынках промышленноразвитых стран мира.

Тема 2. Виды и средства рекламы

Печатная реклама. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах. Телевизионная реклама. Особенности и типы телевизионной рекламы, ее преимущества и недостатки. Использование радиовещания в рекламных целях. Преимущества и недостатки радиовещания. Использование сети Интернет в рекламе. Наружная реклама. Преимущества и недостатки. Транзитная реклама и ее типы. Преимущества и недостатки транзитной рекламы.

Тема 3. Планирование рекламной деятельности

Этапы планирования рекламной кампании. Сегментация и модели поведения потребителей. Медиапланирование. Основные стадии рекламного процесса. Прямые и косвенные участники рекламного процесса. Рекламодатели: виды, основные характеристики, функции. Рекламное агентство: виды, основные характеристики, функции. Потребитель как генератор обратной связи в рекламном процессе.

Тема 4. Организация рекламной деятельности

Самостоятельные PR-организации. Организационные формы деятельности PR структур и служб. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя. Этические и правовые регуляторы рекламной практики. Требования к рекламе: благопристойность, честность, достоверность и пр. Нормативно-правовые документы, регулирующие рекламную деятельность в РФ. Основные положения Федерального закона о рекламе. Российский рекламный кодекс.

Тема 5. Психология рекламы

Психология рекламы. Психологические особенности современного потребителя. Методы психологического воздействия рекламы на потребителя. Психологические приемы в рекламе. Работа с подсознанием в рекламе. НЛП. Этические проблемы психологических воздействий в рекламе.

Тема 6. Технология и содержание рекламной деятельности

Инструменты массмедиа. Базовые PR документы. Перспективное и оперативное планирование PR. Государство и PR. Современное состояние, значение и задачи развития рекламного дела в России.

Тема 7. Инструменты рекламной деятельности

Примеры деловых и пресс-мероприятий для представителей целевых аудиторий. Выставочное участие и спецмероприятия. Работа с современными информационными ресурсами. Оценка эффективности рекламной и PR деятельности. Понятие эффективности в рекламе. Коммуникативная составляющая эффективности рекламы. Экономическая составляющая эффективности рекламы. Психологическая составляющая эффективности рекламы. Факторы, влияющие на выбор метода тестирования.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Реклама в системе массовых коммуникаций	3		1
2	Виды и средства рекламы	3		1
3	Планирование рекламной деятельности	4		
4	Организация рекламной деятельности	3		
5	Психология рекламы	4		1
6	Технология и содержание рекламной деятельности	3		1
7	Инструменты рекламной деятельности	4		
Итого:		24		4

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная	Очно-	Заочная

		форма	заочная форма	форма
1	Реклама в системе массовых коммуникаций	3		1
2	Виды и средства рекламы	3		1
3	Планирование рекламной деятельности	3		1
4	Организация рекламной деятельности	3		1
5	Психология рекламы	3		1
6	Технология и содержание рекламной деятельности	4		1
7	Инструменты рекламной деятельности	5		
Итого:		24		6

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Реклама в системе массовых коммуникаций	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	9		14
2	Виды и средства рекламы	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	8		14
3	Планирование рекламной деятельности	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	9		14
4	Организация рекламной деятельности	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	9		14
5	Психология рекламы	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	8		14
6	Технология и содержание PR-деятельности	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	8		14
7	Инструменты рекламной деятельности	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	9		14
Итого:			60		98

4.6. Курсовые работы/проекты

Не предусмотрены учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения, технология проведения учебной дискуссии), информационных технологий (презентационные материалы), развивающих и инновационных образовательных технологий.

Практические проводятся с использованием развивающих, проблемных, проектных, информационных (использование электронных образовательных ресурсов) образовательных технологий.

6. Формы контроля освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям по разделам дисциплины;
- творческие задания;
- рефераты;
- контрольные работы.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить результаты текущей и промежуточной аттестации обучающихся по данной дисциплине, помещаются в приложении к рабочей программе в соответствии с «Положением о фонде оценочных средств».

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме зачета.

В зачетную ведомость и зачетную книжку выставляются результаты по шкале оценивания, приведенной в таблице.

отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
-------------	---

хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с.
2. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. - Москва : Юрайт, 2017. - 391 с.
3. Щепилова, Г. Г. Реклама [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 381 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE>.

б) дополнительная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с.

2. Поляков, В.А. Основы рекламы : учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 718 с.

г) интернет-ресурсы:

официальные

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL: <http://window.edu.ru>.
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru>.
3. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. – URL: <https://digital.gov.ru/ru>.
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL: <http://fgosvo.ru>.
5. Российский портал открытого образования. – URL: <http://www.alleng.ru>.
6. Университетская информационная система России. – URL: <https://uisrussia.msu.ru>.
7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – URL: <http://obrnadzor.gov.ru>.
8. Федеральный портал «Российское образование». – URL: <http://www.edu.ru>.
9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – URL: <http://fcior.edu.ru>.

профессиональные

- 10.ГИПП : Союз предпринимателей печатной индустрии [сайт]. – URL: <http://www.gipp.ru>.
- 11.Грамота : справочно-информационный портал [сайт]. – URL: <http://gramota.ru>.
- 12.Медиаскоп : электронное научное издание. – URL: <http://www.mediascope.ru>.
- 13.Национальный корпус русского языка : информационно-справочная система [Электронный ресурс]. – URL: [http:// www.ruscorpora.ru](http://www.ruscorpora.ru).
- 14.Портал об издательском деле и редактировании. – URL: <http://www.redaktoram.ru>.
- 15.Российская книжная палата. – URL: <http://www.bookchamber.ru>.
- 16.Российское авторское общество по коллективному управлению правами при репродуцировании, копировании и ином воспроизведении произведений. – URL: <http://www.copyrus.org>.
- 17.Российское авторское общество. – URL: <http://www.rao.ru>.
- 18.Сайт Союза журналистов России – URL: <https://ruj.ru>.
- 19.Словари, энциклопедии и справочники [Электронный ресурс]. – URL: <http://slovari.ru>.
- 20.Сообщество профессиональных корректоров «Корректор.Ру» // Блог-платформа Lifejournal. – URL: <http://korrektor-ru.livejournal.com>.
- 21.Сообщество редакторов в ЖЖ. – URL: http://community.livejournal.com/ru_redaktor.

- 22.Справочно-информационный интернет-портал. – URL: <http://www.dic.academic.ru>.
23.Справочно-информационный интернет-портал. – URL: <http://www.slovari.yandex.ru>.

Электронные библиотечные системы и ресурсы

- 24.Библиоклуб : электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>.
25.Библиотека ГУМЕР – гуманитарные науки. – URL: <http://www.gumer.info>.
26.Библиотека открытых ресурсов Интернет. – URL: http://www.hi-edu.ru/abc_courses.html.
27.Библиотекарь.Ру. : бесплатная интернет-библиотека. – URL: <http://www.bibliotekar.ru>.
28.Киберленинка : научная электронная библиотека. – URL: <https://cyberleninka.ru>.
29.Консультант студента : электронная библиотечная система. – URL: <http://www.studentlibrary.ru>.
30.Образовательный ресурс. – URL: <http://www.openet.edu.ru>.
31.Публичная Электронная Библиотека. – URL: <http://www.lib.walla.ru>.
32.Российская государственная библиотека. – URL: <http://www.rsl.ru>.
33.Российская национальная библиотека. – URL: <http://www.nlr.ru>.
34.Университетская библиотека онлайн : электронная библиотечная система. – URL: <http://biblioclub.ru>.
35.Человек и наука : научная библиотека диссертаций. – URL: <http://cheloveknauka.com/filologiya/zhurnalistika>.
36.ЭБС «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com/?ref=dtf.ru>.
37.Электронная библиотека IQlib. – URL: <http://www.iqlib.ru>
38.Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – URL: <https://www.studmed.ru>.
39.Электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.knigafund.ru>.
40.Юрайт : образовательная платформа. – URL: <https://urait.ru>.
41.DsLib.net : Библиотека диссертаций. – URL: <http://www.dslib.net>.
42.Scholar : Поиск научных публикаций. – URL: <http://www.scholar.ru>.

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

- 43.Научная библиотека имени А. Н. Коняева. – URL: <http://biblio.dahluniver.ru>.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Создание и редактирование медиапродукта» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Антивирус	Avast	http://www.avast.com/ru-ru/index
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Распознавание текста	CuneiForm	http://cognitiveforms.ru/products/cuneiform/
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Видеоплеер	MediaPlayerClassic	http://mpc.darkhost.ru/
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/