

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.03.2026 19:17:46
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf308519d98ec15fbb2f5eb8c305bfcd7547995447



Образовательное частное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ, ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИА-
КОММУНИКАЦИЙ**

УТВЕРЖДАЮ

И. О. директора международного
института журналистики, телевидения
и медиакommunikаций

Ю.В. Шуйская

«23» декабря 2025 года

Рабочая программа дисциплины

Производство рекламного продукта

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:

«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Производство рекламного продукта». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. Дворак Е.Ю. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 19 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

Дворак Е.Ю. к.ф.н.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры связей с общественностью и медиабизнеса «23» декабря 2025 г., протокол № 3.

Заведующий кафедрой _____ /Д.Ю. Мартынкина /
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

Раздел 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Производство рекламного продукта» – формирование теоретических знаний и практических навыков подготовки рекламного продукта к производству; выработка базовых навыков принятия и реализации управленческих решений в сфере организации производства рекламного продукта; понимание сути и видов полиграфических технологий производства рекламного продукта.

Задачи:

- получение понимания об основных этапах процесса разработки и производства рекламного продукта, принципах разработки визуальных элементов рекламы; основных технологических процессах в полиграфии и оборудовании, применяемом для их реализации;
- приобретение знаний об основных способах производства рекламного продукта (печатной, наружной, сувенирной рекламы, рекламы в прессе, а также упаковки и этикетки) методами полиграфического воспроизведения;
- выработка практических навыков визуального определения способа печати, оценки качества полиграфической продукции;
- подготовка студентов к взаимодействию с полиграфическими предприятиями в процессе производства рекламной продукции.

Раздел 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-11	Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ИПК-11.1. Знать принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ ИПК-11.2. Уметь находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ИПК-11.3. Владеть инструментами анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Производство рекламного продукта» изучается учебными группами всех форм обучения в 5 семестре, входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е.

**Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)
на очной форме обучения**

Семестр 5

з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
3	108			32				72		4 Зачет

на очно-заочной форме обучения

Семестр 5										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
3	108			16				88		4 Зачет

на заочной форме обучения

Семестр 5										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
3	108			8				96		4 Зачет

Тематический план дисциплины

очная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
5 семестр								
Тема 1. Разработка стратегии рекламного текста			4		10			14
Тема 2. Функциональные, структурные и риторические особенности PR-текста			4		10			14
Тема 3. Особенности создания эффективного PR-продукта			4		10			14
Тема 4. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы			4		10			14
Тема 5. Художественное редактирование в рекламе			4		8			12
Тема 6. Визуальные средства рекламы			4		8			12
Тема 7. Производство рекламного продукта в печатных медиа			4		8			12
Тема 8. Оценка художественной ценности PR-продукта			4		8			12

Контроль							4	4
Всего часов			32		72		4	108

очная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
5 семестр								
Тема 1. Разработка стратегии рекламного текста			2		12			14
Тема 2. Функциональные, структурные и риторические особенности PR-текста			2		12			14
Тема 3. Особенности создания эффективного PR-продукта			2		12			14
Тема 4. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы			2		12			14
Тема 5. Художественное редактирование в рекламе			2		10			12
Тема 6. Визуальные средства рекламы			2		10			12
Тема 7. Производство рекламного продукта в печатных медиа			2		10			12
Тема 8. Оценка художественной			2		10			12

ценности PR-продукта								
Контроль							4	4
Всего часов			16		88		4	108

заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
5 семестр								
Тема 1. Разработка стратегии рекламного текста			1		12			13
Тема 2. Функциональные, структурные и риторические особенности PR-текста			1		12			13
Тема 3. Особенности создания эффективного PR-продукта			1		12			13
Тема 4. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы			1		12			13
Тема 5. Художественное редактирование в рекламе			1		12			13
Тема 6. Визуальные средства рекламы			1		12			13
Тема 7. Производство рекламного продукта в электронных медиа			1		12			13

Тема 8. Оценка художественной ценности PR-продукта			1		12			13
Контроль							4	4
Всего часов			8		96		4	108

Содержание разделов дисциплины

Наименование раздела\темы дисциплины	Содержание раздела
Тема 1. Разработка стратегии рекламного текста	Разработка основной идеи рекламы и цели создания качественного текста. Модель AISDA (внимание, интерес, доверие, желание, действие). Терминология рекламных текстов: заголовки, слоганы, подзаголовки, основной текст, врезки, вставки и рамки, девизы, иллюстрации, печати, логотипы и автографы. Разработка названий для товаров - brand name. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях.
Тема 2. Функциональные, структурные и риторические особенности PR-текста	Функции слогана и заголовка. Информационные и риторические характеристики слогана. Эффективные типы слоганов. "Слепые" заголовки. Стилистика рекламного заголовка и слогана. Композиция рекламного сообщения. Принципы создания рекламного текста. Рекламная аргументация. Приемы повышения читаемости рекламного текста. Драматизированный и недраматизированный рекламный текст. Нарративная реклама. Рекламирование по аналогии. Реклама - инструкция. Перечисления в рекламе. Реклама - парадокс. Реклама с минимальным текстом. Функция заключительной фразы (tag line) в рекламном тексте. Экспертная система ВААЛ и ее использование при разработке рекламного текста.
Тема 3. Особенности создания эффективного PR-продукта	Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности рекламного макета. Взаимодействие визуальной и вербальной частей (изображение и текст). Денотативное и коннотативное значение изображения. Преимущества изображения и преимущества текста.
Тема 4. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	Язык печатной рекламы. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе. Рекламная листовка и рекламный буклет. Язык бизнес-рекламы и потребительской рекламы. Язык наружной и транзитной рекламы. Язык телевизионной рекламы. Язык радиорекламы. Язык прямой почтовой рекламы.
Тема 5. Художественное редактирование в рекламе	Реклама и искусство. Роль крейтора в рекламном творчестве. Художественный редактор. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор.

	люстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе. Художественный дизайн в рекламе. Компьютерный дизайн в рекламе. Режиссура рекламы.
Тема 6. Визуальные средства рекламы	Назначение визуальных средств. Технические методы. Выбор визуального средства. Практические технологии фоторекламы. Понятие композиции. Выделение в кадре главного. Динамичность снимка. Принцип равновесия в построении кадра. Цельность и неделимость композиции. Конструктивная чёткость изображения. Экспозиция в фотографии. Зонная система Адамса. Виды освещения и его организация. Способы управления освещением. Типы осветительного и экспонометрического оборудования. Свет и цвет. Студийное оборудование. Цифровая и плёночная фототехника. Точка съёмки и её выразительные возможности. Определение границ кадра. Глубина резкости.
Тема 7. Производство рекламного продукта в электронных медиа	Создание телевизионной рекламы и кинорекламы. Разработка концепции. Типы телерекламы. Техника производства телерекламы. Анимация. Живое действие. Специальные эффекты. Процесс производства. Подготовительный этап. Производственный этап. Завершающий этап. Кино и видео. Затраты. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Производство радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Написание сценария радиорекламы. Типы радиорекламы. Производство рекламного продукта для сети Интернет.
Тема 8. Оценка художественной ценности PR-продукта	Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного и PR продукта. Ограничения оценки художественной стороны рекламного и PR продукта. Основные конкурсы по креативу рекламных произведений. Ведущие зарубежные и отечественные критерии в области рекламы.

Занятия семинарского типа

(Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Тема 1. Разработка стратегии рекламного текста

1. Выступление с презентацией «Рекламная метафора: частные примеры»
2. Подготовка доклада «Нарративная реклама»

Тема 2. Функциональные, структурные и риторические особенности PR-текста

1. Выступление с презентацией «Композиционные приемы в PR-тексте»
2. Подготовка доклада «Что такое эскиз? Основные компоненты»

Тема 3. Особенности создания эффективного PR-продукта

1. Выступление с презентацией «Рекламный дизайн как социокультурный феномен»
2. Подготовка доклада «Типология объектов рекламного дизайна»

Тема 4. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы

1. Выступление с презентацией «Техническая и креативная фотография: общая характеристика»
2. Подготовка доклада «Современные графические пакеты программ»

Тема 5. Художественное редактирование в рекламе

1. Выступление с презентацией «Невербальные средства выражения в рекламе»
2. Подготовка доклада «Визуальное и вербальное в PR-продукте»

Тема 6. Визуальные средства рекламы

1. Выступление с презентацией «Визуальные элементы в телерекламе»
2. Подготовка доклада «Реклама и искусство: точки соприкосновения»

Тема 7. Производство рекламного продукта в электронных медиа

1. Выступление с презентацией «Технологии фоторекламы в онлайн-СМИ»
2. Подготовка доклада «Режиссура рекламного продукта»

Тема 8. Оценка художественной ценности PR-продукта

1. Выступление с презентацией «PR-продукт как объект искусства»
2. Подготовка доклада «Сценарное мастерство как художественный компонент»

Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением занятия семинарского типа неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы. Формы самостоятельной

работы могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает в себя: изучение основных и дополнительных литературных источников, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; само тестирование, написание эссе.

Самостоятельная работа

Наименование разделов / тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 1. Разработка стратегии рекламного текста	<p>Усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции.</p> <p>Выполнение устных упражнений.</p> <p>Выполнение письменных упражнений и практических работ.</p> <p>Подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий.</p> <p>Выполнение творческих работ.</p>
Тема 2. Функциональные, структурные и риторические особенности PR-текста	
Тема 3. Особенности создания эффективного PR-продукта	
Тема 4. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	
Тема 5. Художественное редактирование в рекламе	
Тема 6. Визуальные средства рекламы	
Тема 7. Производство рекламного продукта в электронных медиа	
Тема 8. Оценка художественной ценности PR-продукта	

Раздел 6. Оценочные и методические материалы по образовательной программе (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице.

Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой	Типовые вопросы и задания	Примеры тестовых заданий
ПК-11 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия		
ИПК-11.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

ИПК-11.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-11.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

6.2. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий, из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
ПК-11	<p>1. Разработку бренда следует начинать с:</p> <p>а) разработки логотипа и девиза б) разработки системы ценностей в) создания товара</p> <p>2. Ваша компания имеет сильный бренд, вы сможете:</p> <p>а) устанавливать более высокую цену б) в большей степени контролировать каналы дистрибуции в) не зависеть от факторов внешней среды г) снизить затраты на привлечение новых покупателей</p> <p>3. Понятию бренд, наиболее соответствуют утверждения:</p> <p>а) графическое обозначение названия товара/компании б) популярный товарный знак, который обрел известность благодаря удачным маркетинговым процедурам в) сложившаяся сумма всех впечатлений, получаемая потребителем и пользователем в результате отчетливого места, занимаемого в их уме г) это известная личность д) широко рекламируемая торговая марка</p> <p>4. В развитых странах наиболее важным способом продвижения считается:</p> <p>а) стимулирование сбыта б) реклама в печатных изданиях в) телевизионная реклама г) прямой маркетинг</p> <p>5. Прямая реклама не использует следующие формы:</p> <p>а) рекламные ТВ-ролики б) письма и открытки в) каталоги, проспекты г) календари</p>

6.3. Оценочные шкалы

6.3.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания, состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

Шкала оценивания при письменной работе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

6.3.2. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

6.3.3. Тестирование

Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

6.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос – это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ (кейс) – это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение существенных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Раздел 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не

слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

7.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрениями и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Casestudy) – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);

- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

Раздел 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Плотникова, М. Г. Разработка и технология производства рекламного продукта. Видеореклама : практикум / М. Г. Плотникова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 88 с. — ISBN 978-5-4497-3756-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143968.html> (дата обращения: 08.11.2024)

8.1.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система «Атлант» - Atlant Academ от 24.01.2024 г. (бессрочно)
2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition договор-оферта № Tr000941765 от 16.10.2025 г.

8.1.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости, но не реже одного раз в год.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - Договор №МИ-ВИП-79717-56/2022 (бессрочно)
2. Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2024 г. №11652/24С (срок действия до 31.08.2027 г.) <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2026 от 30.01.2026 г. (срок действия до 29.01.2027г.) <https://elibrary.ru>

8.1.4. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<u>Оборудование:</u> специализированная мебель (мебель аудиторная (11 столов, 22 стула, доска аудиторная навесная), стол преподавателя, стул преподавателя). <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Специализированная мебель (9 столов, 9 стульев), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

