
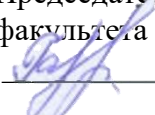


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ

Утверждено:
на заседании кафедры
Протокол №13 от «27» июня 2019 г.
И.о. зав. кафедрой  / С.А. Алиева

Согласовано:
Председатель УМК
факультета БФиЖ д. ф.н., проф.
 / Г.Н. Гареева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина

РЕКЛАМА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Дисциплина по выбору

программа бакалавриата

Направление подготовки


42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки

Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации

Квалификация

Бакалавр

Разработчик (составитель): ассистент Гизатуллин Д.Э.	 / Гизатуллин Д.Э.
---	--

Для приема: 2019

Уфа — 2019 г.

Составитель / составители: Гизатуллин Д.Э.

Рабочая программа дисциплины *утверждена* на заседании кафедры журналистики, протокол № 13 от «27» июня 2019 г.

и.о. заведующего кафедрой _____ / Алиева С.А./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____

_____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 __ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____

_____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 __ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____

_____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 __ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О./

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
 - 4.3. *Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)*
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
(с ориентацией на карты компетенций)

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине: **ПК-13.**

Категория (группа) компетенций	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	ПК-13. Продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 13.1. Знает: правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основы этики и психологии делового общения.</p> <p>ИПК 13.2. Умеет: устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений; владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей; готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации; создавать положительный имидж организации.</p> <p>ИПК 13.3. Владеет: установлением деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов; представлением интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления.</p>

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «*Реклама на телевидении*» относится к дисциплинам по выбору.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель изучения дисциплины: практическое и профессиональное овладение навыками анализа и подготовки рекламных текстов, предназначенных для размещения в телеэфире, приобретение базовых навыков работы в рекламных и коммерческих службах телеканалов, медиапланирования, разработки рекламных компаний на телевидении.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Система СМИ», «Техника и технология СМИ», «Основы радиожурналистики», «Фотожурналистика», «Новостная журналистика», «Художественно-публицистические жанры», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Подготовка и защита выпускной квалификационной работы», «Нелинейный монтаж и компьютерная графика», «Электронный дизайн», «Жанры периодической печати», «Дизайн и верстка печатных изданий», «Технология ТВ и РВ», «Спецсеминар по периодической печати», «Спецсеминар по радио и телевидению», «Преддипломная практика». Освоению дисциплины предшествуют дисциплины, результаты которых необходимы для изучения данной дисциплины: «Техника и технология СМИ», «Фотожурналистика», «Система СМИ»

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции

ПК-13. Продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ.

Планируемые результаты обучения (Индикаторы достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
	2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ИПК 13.1. Знает: правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основы этики и психологии делового общения.	Не знает правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основы этики и психологии делового общения.	Слабо знает правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основы этики и психологии делового общения.	Хорошо знает правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основы этики и психологии делового общения.	Знает программу свыше предусмотренного
ИПК 13.2. Умеет: устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений;	Не умеет устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений; владеть	Слабо умеет устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений; владеть	Хорошо умеет устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений; владеть	Умеет использовать ПО сверх предусмотренного

<p>владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей; готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации; создавать положительный имидж организации.</p>	<p>иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей; готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации; создавать положительный имидж организации.</p>	<p>иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей; готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации; создавать положительный имидж организации.</p>	<p>иностранным и языками, необходимым и для осуществления должностных обязанностей; готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации; создавать положительный имидж организации.</p>	
<p>ИПК 13.3. Владеет: установлением деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов; представлением интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления.</p>	<p>Не умеет установлением деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов; представлением интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления.</p>	<p>Слабо умеет установлением деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов; представлением интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления.</p>	<p>Хорошо умеет установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациям и с целью продвижения продуктов; представлением интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления.</p>	<p>Владеет навыками сверхпредусмотренного</p>

Выше представлена таблица для формы промежуточного контроля – экзамен, для зачета указываем критерии оценивания для шкалы: «Зачтено», «Не зачтено».

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10; для зачета: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

(для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Компетенция (с указанием кода)	Результаты обучения <i>Индикатор достижения компетенции (с кодом)</i>	Оценочные средства
ПК-13. Продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ	ИПК 13.1. Знает: правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основы этики и психологии делового общения.	Индивидуальный опрос Доклад Практическое задание
	ИПК 13.2. Умеет: устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений; владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей; готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации; создавать положительный имидж организации.	Индивидуальный опрос Доклад Практическое задание
	ИПК 13.3. Владеет: установлением деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов; представлением интересов	Индивидуальный опрос Доклад Практическое задание

	организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления.	
--	---	--

4.3. *Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)*

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

Примерные вопросы для индивидуальных опросов

Индивидуальный опрос проводится после изучения теоретического материала модуля с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения учебного теоретического материала. Этот метод контроля применяется для оценки знания одного студента или группы.

Вопрос задается всей группе, затем необходима небольшая пауза для того, чтобы все студенты приготовились к ответу, а вызывают для ответа конкретного студента. Чтобы группа слушала ответ своего товарища, студентам предлагается оценить полноту и глубину ответа в виде рецензирования. Оценивается ответ не только отвечающего студента, но и тех, кто участвовал в обсуждении.

1. Типология рекламной продукции на телевидении.
2. Жанровые требования к материалам на телевидении.
3. Технологии подготовки рекламных материалов.
4. Особенности рынка телерекламы в Российской России и Федерации и Республике Башкортостан
5. Особенности телевидения как рекламного носителя.

Высшая оценка – 5 баллов

Критерии оценки в баллах:

5 баллов выставляется студенту, если: 1) демонстрирует умение анализировать и теоретически оценивать эмпирические факты; 2) он устанавливает междисциплинарные связи; 3) обнаруживает аналитический подход в освещении разных концепций; 4); приводит убедительные примеры из практики работы журналистов; 5) обосновывает свою точку зрения.

4 балла выставляется студенту, если выполнено всего 4 из вышеуказанных условий;

3 балла выставляется студенту, если выполнено всего 3 из вышеуказанных условий;

2 балла выставляется студенту, если проявил неудовлетворительное владение материалом работы и не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме. Студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;

1 балл выставляется студенту, если нет понимания вопроса, допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, не смог ответить ни на один поставленный вопрос по теме. Студент продемонстрировал полное отсутствие владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала

Темы для докладов

Доклад рассчитан на 15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. Во вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Студенту желательно высказать собственное мнение по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы.

1. Особенности телеканалов Башкортостана как рекламных носителей.
2. Анализ форм рекламы на отдельных федеральных и республиканских телеканалах.
3. Анализ жанровой природы рекламных обращений на республиканских и федеральных телеканалах.
4. Разработка технического задания для размещения на телевидении.
5. Написание рекламных текстов разных форм и жанров для размещения на телевидении.
6. Особенности телеканалов Башкортостана как рекламных носителей.
7. Анализ жанровой природы рекламных обращений на республиканских и федеральных телеканалах.
8. Написание рекламных текстов разных форм и жанров для размещения на телевидении.

Критерии оценки в баллах:

5 баллов выставляется студенту, если: 1) студент показал умение выделить основную идею, показать обзор мнений, 2) продемонстрировал свои коммуникативные навыки (не чтение доклада, а рассказ), 3) использованы конкретные примеры из медиапрактики; 4) правильность и своевременность ответов на дополнительные вопросы; 5) грамотно оформил презентацию и оформил доклад в соответствии с требованиями;

4 балла выставляется студенту, если выполнено всего 4 (1-4) из вышеуказанных условий;

3 балла выставляется студенту, если выполнено всего 3 (1-3) из указанных условий;

2 балла выставляется студенту, если он показал общий обзор мнений, не смог ответить на дополнительные вопросы, но оформил доклад в соответствии с требованиями;

1 балл выставляется студенту, если он демонстрировал неудовлетворительное владение материалом.

Задания для практического задания

Описание практического задания:

1. Разработать рекламную компанию для местного телеканала.
2. Выбрать региональный бренд и придумать для него рекламную компанию для телевидения.
3. Написать несколько рекламных текстов для местного и федерального телеканалов.
4. Взять один продукт и разработать для него разные рекламные слоганы для телеканалов разной тематической направленности.

Критерии оценки в баллах:

5 баллов выставляется студенту, если: 1) студент показал умение выделить основную идею, показать обзор мнений, 2) продемонстрировал свои коммуникативные навыки (не чтение доклада, а рассказ), 3) использованы

конкретные примеры из медиапрактики; 4) правильность и своевременность ответов на дополнительные вопросы; 5) грамотно оформил презентацию и оформил доклад в соответствии с требованиями;

4 балла выставляется студенту, если выполнено всего 4 (1-4) из вышеуказанных условий;

3 балла выставляется студенту, если выполнено всего 3 (1-3) из указанных условий;

2 балла выставляется студенту, если он показал общий обзор мнений, не смог ответить на дополнительные вопросы, но оформил доклад в соответствии с требованиями;

1 балл выставляется студенту, если он демонстрировал неудовлетворительное владение материалом.

Примерные вопросы для зачета:

1. Реклама как особая сфера деятельности.
2. Основные отличия журналистских и рекламных обращений.
3. Телевидение как рекламный носитель.
4. Основные формы телерекламы.
5. Особенности прямой рекламы на телевидении.
6. Особенности спонсорской рекламы на телевидении.
7. Основные жанры рекламы на телевидении.
8. Рекламный ролик на телевидении. Его разновидности.
9. Особенности рынка телерекламы России.
10. Особенности рынка телерекламы Башкортостана.
11. Техническое задание на производство рекламы на телевидении.
12. Особенности разработки сценариев для телерекламы.
13. Телевидение как рекламный носитель.
14. Способы измерения эффективности телерекламы.
15. Особенности работы рекламной службы на телевидении.

Перевод оценки из 100-балльной в пятибалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Примерные критерии оценивания ответа на экзамене (только для тех, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости студентов):

Критерии оценки (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий.

Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

*- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.*

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Антипов К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1; То же [Электронный ресурс].

2. Гула, Д.М. Пути улучшения эффективности рекламы на телевидении / Д.М. Гула. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 117 с. - ISBN 978-5-504-00227-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141988>

Дополнительная литература:

1. Васильев Г.А. Основы рекламы : учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 718 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-01059-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>

2. Романов, А.А. Реклама. Интернет-реклама: учебно-практическое пособие / А.А. Романов, Р.В. Каптюхин. - Москва: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. - 315 с. - ISBN 5-7764-0316-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90738>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензия бессрочная.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензия бессрочная.
3. Офисный пакет LibreOffice. Стандартная общественная лицензия GNU GPL. <https://www.gnu.org/licenses/gpl-2.0.txt>
4. Программа для обработки аудиофайлов – Audacity. Стандартная общественная лицензия GNU GPL <https://www.gnu.org/licenses/gpl-2.0.txt>
5. Программа для обработки графики – GIMP. Стандартная общественная лицензия GNU GPL. <https://www.gnu.org/licenses/gpl-2.0.txt>
6. Настольная издательская система – Scribus. Стандартная общественная лицензия GNU GPL. <https://www.gnu.org/licenses/gpl-2.0.txt>
7. Программа для обработки видеофайлов – OpenShot. Стандартная общественная лицензия GNU GPL.

<https://www.gnu.org/licenses/gpl-2.0.txt>

№	Учебные и научные ресурсы	Характеристика	Доступ	Регистрация	Ссылка на ресурс
Учебные ресурсы					
1.	Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий, которая включает издания преподавателей БашГУ	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn
2.	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://www.biblioclub.ru/
3.	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://e.lanbook.com/

Российские научные ресурсы					
4.	Научная электронная библиотека (eLibrary)	Полнотекстовая и аннотированная БД электронных научных изданий и публикаций в периодических изданиях; доступ к информационно-аналитической системе Science Index	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза. Пользование ресурсами открытого доступа с любого компьютера в сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ	http://elibrary.ru/
5.	База данных «Вестники Московского университета» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД научных статей, опубликованных в журнале «Вестник МГУ» (25 серий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
6.	База данных «Издания по общественным и гуманитарным наукам» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД статей, опубликованных в научных журналах (более 80 названий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
7.	База данных «POLPRED»		Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.polpred.com/
8.	Электронная база данных диссертаций РГБ	Полнотекстовая БД электронных диссертаций, хранящихся в РГБ	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза	Регистрация в Отделе Электронной информации Библиотеки (корпус физмата, к.201)	http://www.diss.rsl.ru/
Зарубежные научные ресурсы					

9.	SCOPUS	<p>Наукометрическая, библиографическая и реферативная база данных издательской корпорации Elsevier. Язык английский</p>	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.scopus.com/
10.	Taylor and Francis	<p>Полнотекстовые научные журналы, книги и реферативные журналы. В ресурс включены издания по химии, физике, биологии, наукам о земле, медицине, инженерным и компьютерным наукам, математике, статистике и информатике, а также по экономике и менеджменту, социологии, образованию, праву, филологии, искусствоведению, психологии и т. д. Язык английский</p>	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.tandfonline.com/

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Например, в виде таблицы:

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
1	2	3
<p>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 414 (главный корпус), аудитория № 425 (главный корпус).</p> <p>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус), аудитория № 415, (главный корпус)</p> <p>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус), аудитория № 415, (главный корпус)</p> <p>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: Лаборатория ИТ № 312 (главный корпус)</p> <p>5. Помещения для самостоятельной работы: Читальный</p>	<p><i>Лекции</i> <i>Практические занятия</i></p>	<p>Лаборатория компьютерной филологии № 412 Учебная мебель, шкаф, доска, видеокамера Sony PXW-70 – 1 шт., системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro – 2 шт., персональный компьютер i7/H170/8Gb/HDD1Tb/SSD1120/DVD-RW/ATX450W/2 – 1 шт. Аудитория № 414. Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, экран настенный для проектора DINON Electric L 274*366 MW - 1 шт., проектор мультимедийный MITSUBISHI EX 320U XGA, акустическая система APart MASK 4T-W- 6 шт. Аудитория № 425 Учебная мебель, доска, кафедра, мобильный переносной проектор PJD5226 – 1 шт., экран на штативе 224*183 – 1 шт. Аудитория № 415. Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, экран настенный Classic Solution - 1 шт. модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-2250U - 1 шт. Лаборатория ИТ № 312 Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия, трибуна, интерактивная доска SMART с проектором V25 – 1 шт., 12 компьютеров – системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro Читальный зал № 1 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт., принтер – 1 шт., сканер – 1 шт.</p>

зал № 1 (главный корпус)		
--------------------------	--	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Реклама на телевидении» на 5 семестр

очная

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 / 72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	48,2
лекций	16
практических/ семинарских	32
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	23,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля:
зачет 5 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Основные особенности телевидения как рекламного носителя. Рекламная пауза на телевидении.	4	4		2	О – 1-2; Д – 1-2	Самостоятельное изучение литературы (подготовить доклад)	опрос, проверка доклада
2.	Основные формы телерекламы.	6	10		4	О – 1-2; Д – 1-2	Самостоятельное изучение литературы (подготовить доклад)	опрос, проверка доклада
3.	Этапы производства рекламного произведения на телевидении.	6	18		4	О – 1-2; Д – 1-2	Самостоятельное изучение литературы (подготовить доклад)	опрос, проверка доклада
	Всего часов: 108	16	32		23,8			

Рейтинг – план дисциплины

Реклама на телевидении

направление/специальность 42.03.02 Журналистика
 курс 3, семестр 5

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль				20
1. Индивидуальный опрос	5	2	1	10
2. Доклад	10	1	1	10
Рубежный контроль				15
1. Реферат	15	1	1	15
Модуль 2				
Текущий контроль				20
1. Индивидуальный опрос	5	2	1	10
2. Доклад	10	1	1	10
Рубежный контроль				15
1. Реферат	15	1	1	15
Итоговый контроль				
2. Экзамен			1	30
Поощрительные баллы				
1. Студенческая олимпиада			1	5
2. Публикация статей			1	5
Итого				110