



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Отделение журналистики рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

(подпись)

Е.Е. Ломакина

« 04 » сентября 20 21 г.

Рабочая программа дисциплины
Наружная реклама

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Реклама и связи с общественностью

Иваново



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

1. Цели освоения дисциплины

Цель курса – дать представление о специфике работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в сфере наружной рекламы.

Задачи курса: познакомить студентов с наружной рекламой, ее историей, современным состоянием и перспективами, показать её роль в рекламном бизнесе, специфику в ряду других видов рекламы, охарактеризовать достоинства и трудности, требования к рекламистам и специалистам по связям в этой сфере деятельности; дать представление о совокупности профессионально-творческих и социально-психологических качеств профессионала.

2. Место дисциплины в структуре ОП

В системе дисциплин профессионального цикла курс является начальным (2 семестр), знакомящим студентов с общими и специфическими представлениями о профессии в определенной сфере деятельности, которые в дальнейшем развиваются, так или иначе, во всех профессиональных дисциплинах, дисциплинах начальной профилизации, занятиях в профессиональных творческих студиях. Знания, которые студенты получают из данного курса, развивают творческую личность, уточняют и конкретизируют сведения, полученные параллельно идущем курсе «Интегрированные коммуникации».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) профессиональные (ПК):

авторская деятельность: способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа (ПК – 1);

маркетинговая деятельность: способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационных проектов (ПК – 2);

организационная деятельность: способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК – 3);

проектная деятельность: способен реализовать типовые алгоритмы проектов и коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК – 4).

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения формируемых компетенций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

содержание понятий: организация деятельности и оперативное планирование деятельности работника, организации и фирмы, цели и задачи организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, базовые методики организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, значение организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, аспекты взаимодействия работников, организаций и фирм на современном рынке ; правила составления и оформления документов в профессиональной сфере, принципы разработки и организации проектов в бизнес-сфере (фирме, организации), принципы работы в малых коллективах, специфику деятельности адресата проекта, специфику работы с целевой аудиторией, основные технологии работы с информационными носителями при разработке проектов .



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Уметь:

ориентироваться в методиках организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, моделировать организацию деятельности и оперативное планирование деятельности работника, организации и фирмы, планировать направления собственной деятельности в области организации деятельности и оперативного планирования деятельности, оценивать результаты организации деятельности и оперативного планирования деятельности; создавать проектную документацию, привлекать людей для участия в проекте, сотрудничать с коллегами при разработке проекта, устанавливать контакты с различными социальными группами, использовать базовые знания в области рекламы и СО для достижения цели проекта, адаптировать научные знания для прагматических целей.

Иметь навыки:

организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, навыки самостоятельной работы по организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, навыки ориентации в методах организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, владения современной научной терминологией в области организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, навыки ведения научной дискуссии в области защиты методов организации деятельности и оперативного планирования деятельности работника, организации и фирмы, владения приемами самоконтроля, самооценки и самовоспитания; навыки написания технического документа, владения основами ораторского искусства и искусства убеждения, организационно-управленческой работы, владения технологиями организации и проведения презентаций.

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часа).

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Наружная реклама: жанры, формы, перспективы развития и способы использования	3	4	4	Входная диагностика: собеседование. Список вопросов, интересующих студента по содержанию дисциплины (сдается в письменном виде)
2.	Инструментарий и материалы для создания наружной рекламы	3	4	4	Собеседование, опорный конспект
3.	Пространственные решения в наружной рекламе	3	4	4	Собеседование, опорный конспект, деловая игра
4.	Графические и текстовые решения в наружной рекламе	3	6	4	Собеседование, реферат / сообщение
5.	Правоустанавливающие	3	6	4	Собеседование, опорный



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

	документы и документооборот в сфере наружной рекламы				конспект
6.	Доходообразование операторов в сфере наружной рекламы	3	4	4	Собеседование, опорный конспект, тестирование
9.	Защита проектов	3	8	10	Презентация
Итого по дисциплине:			36	32	Экзамен

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Тема 1. Наружная реклама: жанры, формы, перспективы развития и способы использования.

1. Жанры наружной рекламы.
2. Нетрадиционные формы наружной рекламы.
3. Выбор оптимальных форм наружной рекламы.
4. Самореклама агентств по наружной рекламе.

Тема 2. Инструментарий и материалы для создания наружной рекламы

Вопросы для обсуждения

1. Дизайнерские работы в наружной рекламе.
2. Полиграфические работы в наружной рекламе.
3. Малярно-оформительские работы в наружной рекламе.
4. Монтажные работы в наружной рекламе.
5. Электротехнические работы.
6. Пиротехнические работы.

Тема 3. Пространственные решения в наружной рекламе

1. Влияние среды на восприятие наружной рекламы.
2. Анализ условий среды наружной рекламы.
3. Оптимизация рекламы.
4. Способы управления средой.
5. Естественное и искусственное освещение наружной рекламы.
6. Ландшафтный дизайн как элемент наружной рекламы

Тема 4. Графические и текстовые решения в наружной рекламе

1. Цветовая гамма.
2. Композиция.
3. Вид товара.
4. Передача содержания услуги.
5. Персонажи.
6. Сезонный характер графики.
7. Образцы графических решений.
8. Размещение, размер и содержание надписи.
9. Шрифты и украшение букв.
10. Образцы текстовых решений.

Тема 5. Правоустанавливающие документы и документооборот в сфере наружной рекламы

1. Комплексное техническое обследование и предварительное согласование наружной рекламы.



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

2. Подготовка проектной документации и получение экспертных заключений.
3. Приведение рекламных конструкций в соответствие с технической документацией.
4. Регистрация средства наружной рекламы
5. Перечень документов для регистрации наружной рекламы.
6. Договор на оказание рекламных услуг.

Тема 6. Доходообразование операторов в сфере наружной рекламы

1. Основные средства в рекламной деятельности.
2. Нематериальные активы.
3. Общероссийский классификатор основных фондов.

Защита индивидуальных проектов.

5. Образовательные технологии

В процессе изучения курса используются как традиционные, так и новые образовательные технологии: технология проблемного обучения, проектная технология, рейтинговая технология, технология развития критического мышления, кейс-технологии, технология учебной дискуссии, технология деловой игры.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включает технологии смешанного обучения, мультимедиа-технологии и технологии визуализации (инфографика, презентационная графика, виртуальная экскурсия).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

В течение семестра и непосредственно перед зачетом для всех студентов проводится ряд общих консультаций по курсу. На них даются разъяснения по наиболее сложным вопросам курса, а также обобщаются теоретические и практические сведения.

Самостоятельная работа студентов предполагает изучение литературы по темам, конспектирование отдельных источников, поиск информации о проходящих выставках, подготовку сообщений, выполнение проектных работ.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контроль качества знаний предусматривает следующие оценочные средства:

- входной контроль знаний (собеседование);
- оценка работы студентов на практических занятиях, тестирование;
- обсуждение / оценка этапов подготовки проекта;
- оценка опорных конспектов, рефератов / сообщений;
- оценка выполнения и защиты итогового творческого проекта.

Текущая аттестация осуществляется на практических занятиях. Промежуточная – на зачете, при этом учитываются результаты разных видов работы студента в течение семестра и результат защиты итогового проекта. Форма проведения зачета – использование накопительной оценки. Критерий оценки «зачтено» – работа на практических занятиях, подготовка сообщения / реферата + выполнение заданий в семестре + выполнение и защита проекта. Оценка «не зачтено» ставится, если не выполнены задания хотя бы по одному виду деятельности: студент не работал на практических занятиях (например, не участвовал в деловой игре) или не подготовил сообщение / реферат, не выполнял домашние задания, не подготовил проект.

Типовые варианты заданий представлены в фонде оценочных средств (Приложение 2).



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

Карцева, Е.А. Выставочное и галерейное дело: учебное пособие / Е.А. Карцева. – Москва: Директмедиа Паблишинг, 2019. – 197 с.: табл. – Библиогр.: с. 184. – ISBN 978-5-4475-5716-4; [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496771> (28.08.2019).

Основы выставочно-ярмарочной деятельности: учебное пособие / Л.Е. Стровский, Е.Д. Фролова, Д.Л. Стровский и др.; ред. Л.Е. Стровский. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 288 с. – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00821-X; [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114544> (28.08.2019).

Петелин, В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник / В.Г. Петелин. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 448 с. – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00935-6; [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116636> (28.08.2019).

Дополнительная литература:

Афанасьев, Г.С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг / Г.С. Афанасьев. – Москва: Лаборатория книги, 2012. – 108 с. – ISBN 978-5-504-00802-8; [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178> (28.08.2019).

Докашенко, Л.В. Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности: учебное пособие / Л.В. Докашенко; Министерство образования и науки Российской Федерации, Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма. – Оренбург: ОГУ, 2015. – 164 с.: табл. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7410-1207-9; [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438990> (28.08.2019).

Никифоров, Б.Н. Специальные мероприятия как способ приращения публичного капитала базисного субъекта PR / Б.Н. Никифоров. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 71 с.; [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88664> (28.08.2019).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>

АО «Экспоцентр» – международные выставки, выставочная компания <http://www.expocentr.ru/>

Деловой портал для профессионалов ивент-индустрии <https://event-live.ru/>

Информационный портал event-индустрии <https://event.ru/>

Международный союз выставок и ярмарок www.uefexpo.ru

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office, интернет-браузер Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

промежуточной аттестации, выполнения проектов с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения.

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: электронные пособия (презентации и т.п.), аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы и т.п.), печатные пособия (таблицы, схемы и т.п.).

Автор рабочей программы дисциплины: доцент отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью, канд. филол. наук Воробьева Е.А.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью

«31» августа 2021 г., протокол № 1

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Е.Е. Ломакина
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия