

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

*РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра маркетинга и рекламы*

РАДИОРЕКЛАМА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль "Современные коммуникации и реклама"

Уровень квалификации выпускника: бакалавр

Форма обучения (*очная, очно-заочная, заочная*)

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

Название дисциплины РАДИОРЕКЛАМА

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Доктор

кандидат социологических наук, доцент А.Г. Голова

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры маркетинга и рекламы

№ 11 от 19/06/2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - подготовить выпускника, способного организовать и обеспечить производство и размещение радиорекламы.

Задачи дисциплины : сформировать понимание места и значение радиорекламы в рекламной деятельности; изучить виды и технологии создания радиорекламы; освоить принципы ее разработки и правила размещения; освоить методы оценки эффективности радиорекламы

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине :

Коды компетенции	Индикаторы компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	<p>Знать: виды и формы радиорекламы, методы оценки эффективности.</p> <p>Уметь: составлять технические задания для разработки и создания радиорекламы, создавать медиаплан для размещения радиорекламы, подготавливать отчеты по результатам проведения кампаний на радио.</p> <p>Владеть: навыками разработки качественных параметров (KPI) креативных решений для радиорекламы; навыками оценки эффективности радиорекламы.</p>
	4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	<p>Знать: методы планирования, подготовки радиорекламы, ее качественные параметры, основных субъектов рынка радиорекламы, основные средства и требования для размещения радиорекламы.</p> <p>Уметь: - разрабатывать планы-графики для производства и медиапланы для размещения радиорекламы; контролировать качество изготовления радиорекламы, контролировать размещение радиорекламы в соответствии с договорами.</p>

	<i>Владеть:</i> средствами размещения радиорекламы как существующие каналы через и
--	--

		информационный инвентарь, так и создавая новые.
--	--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) « Радиореклама » относится к дисциплине по выбору вариативной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Технология рекламной фотографии

Разработка и технология производства рекламного продукта: видеореклама

Дизайн в рекламе

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Научно-исследовательская работа

Преддипломная практика

Государственная итоговая аттестация

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: ...,...

Управление проектами в рекламе

Документационное обеспечение рекламной

деятельности Создание и поддержка сайта

Коммуникации в социальных сетях

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной

деятельности Научно-исследовательская работа Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Се- ме- ст- р	Виды учебной работы (в часах)					Самостоя- тельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
			контактная						
			Ле- кц- ии	Се- ми- нар	П- ра- кт- ич- ес- ки- е за- ня- ти- я	Ла- бор- ато- р- н- ые зан- я- ти- я	Пр- оме- жут- оч- ная атт- ест- аци- я		
1	<i>Радио в системе СМИ</i>	5	2	4				8	<i>Анализ проблемных ситуаций</i>
2	<i>Виды и формы радиорекламы</i>	5	2	4				8	<i>Оформление документа</i>
3	<i>Особенности разработки радиорекламы</i>	5	2	4				8	<i>Проектная работа по разработке документа</i>
4	<i>Медиапланирование радиорекламы</i>	5	2	2				8	<i>Проектная работа по разработке документа (отчета)</i>
5	<i>Оценка эффективности радиорекламы</i>	5	2	2				12	<i>Оформление документа</i>
	<i>зачет</i>		2						<i>защита проекта и т.п.</i>
	итого:		12	16				44	

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 16 ч., самостоятельная работа обучающихся 56 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Се м е ст р	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная						
			Ле к ц и и	Се ми на р	П ра к т и ч е с к и е з а н я т и я	Ла бор ато р н ы е з а н я т и я	П р о м е ж у т о ч н а я а т т е с т а ц и я		
1	Радио в системе СМИ	6		2				10	Анализ проблемных ситуаций
2	Виды и формы радиорекламы	6	2					10	Оформление документа
3	Особенности разработки радиорекламы	6	2	2				10	Проектная работа по разработке документа
4	Медиапланирование радиорекламы	6	2	2				10	Проектная работа по разработке документа (отчета)
5	Оценка эффективности радиорекламы	6	2	2				16	Оформление документа
	зачет								защита проекта и т.п.
	итого:		8	8				56	

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 8 ч., самостоятельная работа обучающихся 64ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Се м е ст р	Виды учебной работы (в часах)		Формы текущего контроля
			контактная	Самостоят	

		р/г од об уч ен ия	Ле кц ии	Се ми нар	П ра кт ич ес ки е за ня ти я	Ла бор ато рн ые зан яти я	Пр оме жут оч ная атт ест аци я	ель-ная работа	успеваемости, форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
1	<i>Радио в системе СМИ</i>		2	2				12	<i>Анализ проблемных ситуаций</i>
2	<i>Виды и формы радиорекламы</i>							12	<i>Оформление документа</i>
3	<i>Особенности разработки радиорекламы</i>		2	2				12	<i>Проектная работа по разработке документа</i>
4	<i>Медиапланирование радиорекламы</i>							12	<i>Проектная работа по разработке документа (отчета)</i>
5	<i>Оценка эффективности радиорекламы</i>							16	<i>Оформление документа</i>
	<i>зачет</i>								<i>защита проекта и т.п.</i>
	ИТОГО:		4	4				64	

3 Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
	<i>Радио в системе СМИ</i>	Структура радиовещания. Форматы радиоканалов. Субъекты рынка. Особенности аудитории. Тенденции развития.
	<i>Виды и формы радиорекламы</i>	ATL и BTL виды радиорекламы. Жанры аудиороликов: объявление, жанровая сценка; формы (монолог, диалог, полилог, песня, спонсорство), игровые формы радиорекламы (викторины, лотереи, розыгрыши), скрытые формы радиорекламы. Качественные характеристики (вербальный компонент, тембр голоса, интонация, шумы, музыка). Интерактивные механизмы в радиорекламе. Практика использования. Основные рекламодатели.
	<i>Особенности разработки и создания радиорекламы</i>	Бриф для разработки радиорекламы. Цели, задачи, таргетинг радиорекламы. Имиджевая, продуктовая, стимулирующая радиореклама. Креативные решения, текст и сценарий. Технологические решения создания радиорекламы.
	<i>Медиапланирование радиорекламы</i>	Медиаметрические показатели радиоканала и рекламоносителя. Рейтинг радиопрограммы. Стратегия в медиапланировании GRP радиорекламе. Бриф для медиапланирования радиорекламы. Структура медиаплана.
	<i>Оценка эффективности радиорекламы</i>	Коммуникативная эффективность радиорекламы. Методы оценки, программа исследования.

4. Образовательные технологии

Раздел может быть представлен как в текстовой форме, так и в таблице.

Например:

Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	<i>Радио в системе СМИ</i>	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	<i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов и с разбором конкретных ситуаций Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
2	<i>Виды и формы радиорекламы</i>	Лекция 1. Семинар 1.	<i>Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Классификация видов и форм</i>

		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>радиорекламы. Анализ кейсов. Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций</i>
3	<i>Особенности разработки и создания радиорекламы</i>	<i>Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа</i>	<i>Дискуссия Разработка брифа Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций</i>
4	<i>Медиапланирование радиорекламы</i>	<i>Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа</i>	<i>Проблемная лекция Проектная методика – разработка брифа и медиаплана Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
5	<i>Оценка эффективности радиорекламы</i>	<i>Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Проектная методика – разработка программы исследования эффективности Проведение опроса. Составление отчета об исследовании</i>

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Например:

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - опрос - участие в дискуссии на семинаре - контрольная работа (темы 1-3) - контрольная работа (темы 4-5)	5 баллов 5 баллов 10 баллов 10 баллов	30 баллов 10 баллов 10 баллов 10 баллов
Промежуточная аттестация зачет		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину) зачёт		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0–19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники

Основные, дополнительные

- Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 03.07.2016) "О средствах массовой информации"//Консультантплюс(официальныйсайткомпаниии)

/www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

- Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе»// Консультант плюс (официальный сайт компании) // URL:http://www.consultant.ru/

- литература (основная, дополнительная);

Основная литература:

1. Ильясова, С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. - 5-е изд., стер - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 296 с. - ISBN 978-5-9765-0825-5. – Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/document?id=342892>

2. Смирнов, В.В. Природа и язык радиокommunikации : учеб. пособие / В.В. Смирнов.

2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 304 с. - ISBN 978-5-9765-1879-7. -

<https://new.znaniium.com/catalog/document?id=344464>

Дополнительная литература:

3. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: Учебник / Трушина Л.Е. - Москва : Дашков и К, 2018. - 248 с.: ISBN 978-5-394-01087-3. -

<https://new.znaniium.com/catalog/document?id=211247>

Обидин, Д. Л. Технология создания рекламного текста : учебно-методическое пособие / Д. Л.

Обидин. - Москва : Инфра-М, 2014. - 31 с. -

<https://new.znaniium.com/catalog/document?id=91162>

- справочные и информационные издания.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Журнал Радио <http://www.radio.ru/>

Время рекламы: теория и практика рекламы СМИ, РА

<http://advtime.ru/teor/radio.html> *Журнал Новости СМИ*

http://mediaguide.ru/?p=media_kit&id=5498

Ресурс Планета СМИ <http://planetasmi.ru/>

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2019 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus

2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины указывается необходимое для обучения лицензионное программное обеспечение, оборудование, демонстрационные приборы, мультимедийные средства, учебные фильмы, тренажеры, карты, плакаты, наглядные пособия; требования к аудиториям – компьютерные классы, академические или специально оборудованные аудитории и лаборатории, наличие доски и т.д.

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)

Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное

15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);

- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1(4ч.) Радио в системе СМИ

Цель занятия: Закрепить знания о принципах функционирования радио как компонента СМИ.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

1. Структура рынка радиовещания и его тенденции.
2. Роль и место радиорекламы в функционировании радио, как СМИ. Контрольные вопросы:
 1. Основные рекламодатели на радио. Обоснуйте их выбор.
 2. Аудитория радио и специфика таргетинга.
 3. Тенденции развития радиорекламы.

Тема 2 (4 ч.) Виды и формы радиорекламы

Цель занятия: Освоить принцип классификации радиорекламы.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

1. Жанровое разнообразие
2. Прямая и непрямая реклама на радио.

Контрольные вопросы:

1. Перечислите виды и формы радиорекламы, относящиеся к ATL и BTL
2. Основания для типизации радиорекламы.

Тема 3(4 ч.) Особенности разработки и создания радиорекламы

Цель занятия: приобретение навыков разработки текстов для радиорекламы.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

1. Структура текста и художественно-выразительные средства радиорекламы.
2. Игровые и интерактивные приемы.

Контрольные вопросы:

3. Факторы влияющие на эффективность восприятия радиорекламы.
4. Алгоритм создания радиорекламы. Контрольные точки.

Тема 4 (4 ч.) Медиапланирование радиорекламы

Цель занятия: освоить правила составления медиаплана для радиорекламы.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегические решения при разработке медиаплана.
2. Специфика таргетинга при медиапланировании.

Контрольные вопросы:

1. Медиаметрические показатели радио как средства распространения рекламы.
2. Структурные компоненты медиаплана.

Тема 5 (4ч.) Оценка эффективности радиорекламы

Цель занятия: Освоить методы оценки эффективности радиорекламы
Форма проведения – деловая игра.

Разработка программы исследования по оценке эффективности радиорекламы и проведение опроса.

Участники – учащиеся семинара, возможные роли; время и место проведения; роль – сотрудник рекламного или исследовательского агентства

этапы проведения – постановка цели и задачи исследования, подбор метода, обоснование выборки, операционализация исследования, проведение опроса (методом анкетирования), обработка данных, анализ и интерпретация, публичная защита результатов исследования, обсуждения рекомендаций.

1. Охарактеризуйте виды радиорекламы.
2. Обоснуйте принцип разделения видов радиорекламы на ATL и BTL.
3. Охарактеризуйте радио – как СМИ.
4. Структура радиовещания и рынка радиорекламы.
5. Влияние конкуренции на рынке радиовещания на особенность радиорекламы.
6. Структура рекламодателей на радио.
7. Специфика аудитория радио и таргетинга в радиорекламе.
8. Медиаметрические показатели радиоканала и программы.
9. Стратегия медиапланирования и элементы медиаплана на радио.
10. Нестандартные формы радиорекламы.
11. Игровые формы радиорекламы.
12. Обеспечения интерактива в радиорекламе.
13. Процесс размещения рекламы на радио.
14. Особенности создания рекламного продукта для радио: этапы, субъекты.
15. Жанровое многообразие радиорекламы.
16. Художественно-выразительные средства в радиорекламе.
17. Эффективность радиорекламы. Проблемы оценки.
18. Компоненты отчета рекламной кампании на радио.
19. Инновации в радиорекламе.
20. Коллоборации и кросс-промоушен в радиорекламе.

9.3. Иные материалы

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на *факультете* рекламы и связи с общественностью кафедрой маркетинга и рекламы

Цель дисциплины : подготовить выпускника, способного организовать и обеспечить производство и размещение радиорекламы.

Задачи : сформировать понимание места и значение радиорекламы в рекламной деятельности; изучить виды и технологии создания радиорекламы; освоить принципы ее разработки и правила размещения; освоить методы оценки эффективности радиорекламы.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать

виды и формы радиорекламы; технологии ее изготовления; требования к содержанию, медиаметрические характеристики радиоканалов и правила размещения, методы оценки эффективности.

Уметь

составлять технические задания для разработки и создания радиорекламы, создавать медиаплан для размещения радиорекламы, подготавливать отчеты по результатам проведения кампаний на радио.

Владеть

навыками разработки качественных параметров (KPI) креативных решений для радиорекламы; навыками оценки эффективности радиорекламы.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета* .

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	<i>Протокол заседания кафедры от 27.05.2020</i>	10

1. Структура дисциплины (к п. 2 РПД на 2020)**Структура дисциплины для очной формы обучения**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Се- ме- ст- р	Виды учебной работы (в часах)					Самостоя- тельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
			контактная						
			Ле- кц- ии	Се- ми- нар	П- ра- кт- ич- ес- ки- е за- ня- ти- я	Ла- бор- ато- рн- ые зан- яти- я	Пр- оме- жут- оч- ная атт- ест- аци- я		
1	<i>Радио в системе СМИ</i>	5	2	4				8	<i>Анализ проблемных ситуаций</i>
2	<i>Виды и формы радиорекламы</i>	5	2	4				8	<i>Оформление документа</i>
3	<i>Особенности разработки радиорекламы</i>	5	2	4				8	<i>Проектная работа по разработке документа</i>
4	<i>Медиапланирование радиорекламы</i>	5	2	2				8	<i>Проектная работа по разработке документа (отчета)</i>
5	<i>Оценка эффективности радиорекламы</i>	5	2	2				12	<i>Оформление документа</i>
	<i>зачет</i>		2						<i>защита проекта и т.п.</i>
	итого:		12	16				48	

2. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;

- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

3. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

4. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное

15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное