

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной и научной работе

Дата подписания: 22.09.2023 11:02:01

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Создание рекламных кампаний и креативных материалов

Закреплена за подразделением

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

4 ЗЕТ

Часов по учебному плану

144

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

экзамен 6

аудиторные занятия

51

самостоятельная работа

57

часов на контроль

36

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	18			
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Практические	51	51	51	51
Итого ауд.	51	51	51	51
Контактная работа	51	51	51	51
Сам. работа	57	57	57	57
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

к.филол.н., доц., Молдавская Ольга Евгеньевна

Рабочая программа

Создание рекламных кампаний и креативных материалов

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС» по направлению подготовки 45.03.02 ЛИНГВИСТИКА (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА, 45.03.02-БЛГ-23.plx , утвержденного Ученым советом НИТУ МИСИС в составе соответствующей ОПОП ВО 22.06.2023, протокол № 5-23

Утверждена в составе ОПОП ВО:

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА, , утвержденной Ученым советом НИТУ МИСИС 22.06.2023, протокол № 5-23

Рабочая программа одобрена на заседании

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Протокол от 15.06.2022 г., №10

Руководитель подразделения Бондарева Лилия Владимировна, к.полит.н., доцент

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	Получение теоретических знаний и практических навыков по созданию креативных материалов для разных медианосителей и каналов коммуникаций с целью реализации стратегии развития организации, формирования и поддержания ее положительного внутреннего и внешнего имиджа.
-----	---

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:	Б1.В.ДВ.15
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Введение в практику письменного перевода
2.1.2	Методика обучения иностранным языкам
2.1.3	Основы медиакоммуникации
2.1.4	Основы медиалингвистики
2.1.5	Основы психологии
2.1.6	Современные технологии в переводе
2.1.7	Основы методики обучения иностранным языкам
2.1.8	Основы теории и практики перевода
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Event management в системе маркетинговых коммуникаций
2.2.2	Введение в синхронный перевод
2.2.3	Локализация и управление проектами в переводе
2.2.4	Машинный перевод и постредактирование машинного перевода
2.2.5	Менторство и профессиональная деформация
2.2.6	Основы педагогического общения
2.2.7	Основы рерайтинга и копирайтинга
2.2.8	Основы создания личного бренда
2.2.9	Особенности коммуникации в инклюзивном образовании
2.2.10	Педагогические технологии
2.2.11	Педагогический менеджмент
2.2.12	Перевод в научно-технической сфере
2.2.13	Перевод деловой документации
2.2.14	Перевод научной публицистики
2.2.15	Практика устного перевода
2.2.16	Реферирование и аннотирование
2.2.17	Современные тенденции в преподавании иностранных языков
2.2.18	Современные технологии в медиакоммуникации
2.2.19	Теория и практика перевода
2.2.20	Тьюторство в системе образования
2.2.21	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.22	Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы
2.2.23	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2.24	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-1: Способен синтезировать лингвистические, лингводидактические и/ или переводческие знания для решения профессиональных задач и применять их в практической деятельности	
Знать:	
ПК-1-31	Знать лингвистические особенности создания креативных материалов и структуру рекламной компании для различной целевой аудитории для решения профессиональных задач
Уметь:	
ПК-1-У1	Синтезировать лингвистические знания для решения профессиональных задач по созданию рекламных слоганов и креативных материалов
Владеть:	

ПК-1-В1 навыком синтеза лингвистических знаний для создания контент-плана и рекламного материала согласно брифу.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Формируемые индикаторы компетенций	Литература и эл. ресурсы	Примечание	КМ	Выполняемые работы
	Раздел 1. Основы рекламной деятельности							
1.1	Цели и функции рекламной деятельности. Средства распространения рекламы /Пр/	6	4	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1Л2.3Л3.1 Э1			
1.2	Структура и содержание закона о рекламе. Реклама и PR /Пр/	6	4	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1Л2.3Л3.1 Э1			
1.3	Бренд как предмет продвижения. Различие между товаром и брендом. Способы создания образа бренда /Ср/	6	4	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.4 Э1			
1.4	Простые принципы НЛП (нейро-лингвистического программирования) /Ср/	6	4	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.2Л2.4Л3.1 Э1			
	Раздел 2. Рекламные кампании							
2.1	Имиджевые компании. Стимулирующие кампании. Кампании рекламы стабильности. /Ср/	6	6	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1Л1.1Л3.1 Э1			
2.2	Построение рекламной кампании от идеи до воплощения /Пр/	6	6	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1Л1.1Л3.1 Э1			
2.3	Креатив в рекламе. Креативная реклама - способ установления связей с аудиторией и представления товара в неожиданном ракурсе. /Пр/	6	6	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л3.1Л1.1Л1.1 Э1			
2.4	Концептуальные основы формирования ассоциаций при помощи креативных материалов /Пр/	6	6	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л3.1Л1.1Л1.1 Э1			
	Раздел 3. Алгоритм создания креативных материалов							
3.1	Цели и задачи создания креативных материалов Участники процесса. /Пр/	6	6	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л3.1Л1.1Л1.1 Э1			
3.2	Этапы создания креативных материалов. /Пр/	6	5	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л3.1Л1.1Л1.1 Э1			
3.3	Креативный бриф. /Ср/	6	6	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л3.1Л1.1Л3.3 Э1			
3.4	Принципы оценки эффективности креативных материалов. /Ср/	6	6	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л3.1Л1.1Л3.3 Э1			

	Раздел 4. Разработка идей для креативных материалов							
4.1	Техники и инструменты креативного мышления. /Ср/	6	20	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л3.1Л1.1Л1.1 3 Э1			
4.2	Методы активизации поиска креативных идей. /Пр/	6	4	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л3.1Л1.1Л3.3 3 Э1		КМ1	Р1,Р2,Р3
4.3	Техники и инструменты креативного мышления /Пр/	6	4	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л3.1Л1.1Л3.3 3 Э1		КМ1	Р1,Р2,Р3
	Раздел 5. Формулы продающего текста							
5.1	Эксплуатация мотива базовых человеческих потребностей DDB Needham. /Пр/	6	2	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1Л3.4Л3.3 3 Э1		КМ1	Р4
5.2	Формулы и шаблоны AIDA, PAS, формула Джо Витале, шаблоны PMHS,4 U'S, ODS, шаблоны SCH, FAB, АССА, шаблоны: PPPP, ВAB. Кейсы. /Ср/	6	11	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1Л3.4Л3.3 3 Э1			
5.3	Формулы и шаблоны продающего текста /Пр/	6	4	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1Л3.4Л3.3 3 Э1		КМ1	Р4

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки

Код КМ	Контрольное мероприятие	Проверяемые индикаторы компетенций	Вопросы для подготовки

КМ1	экзамен	ПК-1-31;ПК-1-У1;ПК-1-В1	<p>Вопросы для подготовки</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цели и функции рекламной деятельности 2. Средства распространения рекламы 3. Структура и содержание закона о рекламе. 4. Реклама и PR 5. Бренд как предмет продвижения. Различие между товаром и брендом. 6. Способы создания образа бренда 7. Рекламные кампании. Кампании имиджевые, стимулирующие. Кампании рекламы стабильности 8. Креатив в рекламе. Креативная реклама - способ установления связей с аудиторией и представления товара в неожиданном ракурсе. 9. Методы НЛП в рекламе 10. Бриф и его обязательные элементы. 11. Эффективная креативная деятельность и поиск фактов. 12. Методы активизации поиска идей при создании рекламы. 13. Метод мозгового штурма. 14. Метод синектического штурма. 15. Метод фокальных объектов. 16. Метод морфологического анализа. 17. Метод контрольных вопросов. 18. Пяти-ступенчатый процесс поиска идеи по J. Walter Thompson. 19. Рациональный подход BBDO. 20. Ролевая игра от McCann-Erickson. 21. Эксплуатация мотива базовых человеческих потребностей DDB Needham. 22. Формулировка УНС (уникального торгового предложения) 23. Формулы продающего текста. Эксплуатация мотива базовых человеческих потребностей DDB Needham. 24. Рекламные формулы для построения продающего текста: формулы и шаблоны AIDA, PAS. Рекламные формулы для построения продающего текста: формула Джо Витале. 25. Рекламные формулы для построения продающего текста: шаблоны PMHS, 4 U'S, ODS.. 26. Рекламные формулы для построения продающего текста: шаблоны SCH, FAB, ACCA.. 27. Рекламные формулы для построения продающего текста: шаблоны: PPPP, BAV.
-----	---------	-------------------------	---

5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)

Код работы	Название работы	Проверяемые индикаторы компетенций	Содержание работы
P1	Проектная работа	ПК-1-У1;ПК-1-В1	Составить план рекламной компании
P2	Проектная работа	ПК-1-У1;ПК-1-В1	Составить контент-план продвижения товара.услуги
P3	Проектная работа	ПК-1-У1;ПК-1-В1	Составить бриф и написать рекламный текст согласно брифу
P4	Портфолио	ПК-1-У1;ПК-1-В1	Написать рекламный текст о товаре/услуге

5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)

Оценка	Процент правильных ответов
Отлично (5)	Св. 85% до 100 %
Хорошо (4)	Св. 70 % до 85 %
Удовлетворительно (3)	Св. 50 % до 70 %
Неудовлетворительно (2)	Менее 50 %

Проектная работа 1: 50 баллов

Проектная работа 2: 50 баллов

Портфолио: 20 баллов

5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)

Экзаменационные билеты хранятся на кафедре.

Экзаменационный билет состоит из двух вопросов - теоретического (из перечня для подготовки к экзамену) и практического на основе кейса.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л1.1	Белоусова Л. А., Савина Т. А.	Бренд-менеджмент: конспекты лекций: курс лекций	Электронная библиотека	Екатеринбург: Уральский государственный технический университет, 2005
Л1.2	Белова Е. В., Зинченко Е. В.	Методы НЛП и арт-терапии в работе психолога и менеджера: учебное пособие	Электронная библиотека	Таганрог: Южный федеральный университет, 2017

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л2.1	Зотов В. В.	Бренд-решения: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Евразийский открытый институт, 2011
Л2.2	Савкина С. В.	Связи с общественностью и реклама: учебно- методический комплекс	Электронная библиотека	Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2012
Л2.3	Блинов А. О., Угрюмова Н. В.	Теория менеджмента: учебник	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2016
Л2.4	Балько Д.	Говори афористично! Будь всегда харизматичным! Техники НЛП в действии: аудиоиздание	Электронная библиотека	Москва: Студия АРДИС, 2008

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л3.1	Ткаченко Н. В., Ткаченко О. Н., Дмитриева Л. М.	Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Юнити, 2015
Л3.2	Марочкина С. С., Дмитриева Л. М., Азарова Е. В.	Введение в специальность: реклама: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Юнити, 2015
Л3.3	Пономарева А. М.	Креатив и копирайтинг: учебник	Электронная библиотека	Ростов-на-Дону: Издательско- полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018
Л3.4	Музыкант В. Л., Скнарев Д. С.	Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда): монография	Электронная библиотека	Москва, Берлин: Директ- Медиа, 2019

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Э1	Коммуникационный менеджмент (LMS Canvas) https://lms.misis.ru/	
6.3 Перечень программного обеспечения		
П.1	Microsoft Office	
П.2	LMS Canvas	
П.3	MS Teams	
П.4	Zoom	
6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных		

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Преподавание данного курса предполагает интегрированное развитие профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

В основе преподавания лежит коммуникативный метод.

Данная дисциплина имеет практико-ориентированный характер.

В ходе учебного процесса используются такие интерактивные формы проведения занятий, как дискуссии, выступления с докладами, анализ кейсов, представление результатов проектной работы в виде публичной презентации.

Каждое занятие построено на интерактиве, требующем от студентов высказывания своей позиции и ее обоснования.

В рамках занятия приветствуется творческий подход к решению поставленных задач.

Написание рекламных текстов и их анализ входит в обучение.