



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**по организации и методическому сопровождению
самостоятельной работы студентов**

при изучении учебной дисциплины

ОП.09 Речевое воздействие в рекламе

по специальности

42.02.01 Реклама

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАНИРОВАНИЮ И ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

1.1. Методические рекомендации по организации и методическому сопровождению самостоятельной работы обучающихся разработаны согласно Федеральному закону Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"; Федеральному государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования (по специальности); Приказу Минпросвещения России от 24.08.2022 N 762 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования", Положения об организации самостоятельной работы студентов, Методических рекомендаций по организации и методическому сопровождению самостоятельной работы студентов СПО.

1.2. Обоснование расчета времени, затрачиваемого на выполнение внеаудиторной самостоятельной работы обучающимися:

Преподаватель эмпирически определяет затраты времени на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания: на основании наблюдений за выполнением обучающимися аудиторной работы, опроса обучающихся о затратах времени на то или иное задание, хронометража собственных затрат на решение той или иной задачи из расчета уровня знаний и умений студентов. По совокупности затрачиваемых усилий и в зависимости от трудоемкости выполняемых заданий, определяется количество часов на выполнение каждого задания по самостоятельной работе. По совокупности заданий определяется объем времени на внеаудиторную самостоятельную работу по каждой теме и в целом по учебной дисциплине.

2. ВИДЫ И ФОРМЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.

2.1. Учебной дисциплиной ОП.09 Речевое воздействие в рекламе предусмотрен следующий объем самостоятельной работы обучающихся:

Вид самостоятельной работы студентов	Объем часов
Внеаудиторная самостоятельная работа	18

2.2. Формы самостоятельной работы, виды заданий по учебным темам:

Самостоятельная работа № 1 .Речевое воздействие названия и слогана организации, кол-во час.1.

Поиск информации, подготовка ответов на вопросы:

1. Какие вербальные корпоративные интеграторы вы знаете?
2. Чем определяется выбор названия для организации?
3. Назовите рекомендации, которые помогают при выборе названия организации.
4. Охарактеризуйте коммуникативную модель Р. Якобсона.

Форма контроля: устный опрос, работа в тетради.

Самостоятельная работа № 2. Текстологические особенности миссии и видения организации, кол-во час.1

Поиск информации, подготовка сообщения:

Задание 1. Подготовка сообщения «Что такое миссия организации»

Форма контроля: защита сообщения

Самостоятельная работа № 3. Текстологические особенности истории и легенды, кол-во час.1

Поиск информации:

Задание 1. Найти примеры миссий организаций на российском и зарубежном рынке,

Задание 2. Доработайте историю и легенду выбранной организации.

Форма контроля: работа в тетради, разработанная история и легенда организации

Самостоятельная работа № 4. Риторика деловой презентации, кол-во час.1

Поиск информации, подготовка сообщения:

Задание 1. Подготовить сообщения: «Требования к подготовке презентации», «Успешное публичное выступление», «Требования к внешнему виду оратора».

Форма контроля: защита сообщения.

Самостоятельная работа № 5. Деловое совещание как полилог, кол-во час.1

Поиск информации, подготовка сообщения:

Задание 1. Подготовка сообщения «Проведение делового совещания: основные рекомендации»

Форма контроля: защита сообщения.

Самостоятельная работа № 6. Деловые переговоры в межкультурном контексте, кол-во час.1

Поиск информации, подготовка сообщения, составление таблицы:

Задание 1. Подготовка сообщения о национальных особенностях переговоров (страна на выбор)

Задание 2. Составьте таблицу «Национальные особенности переговоров ».

Страна	сходство	различия

Форма контроля: защита сообщения, проверка таблицы в тетради.

Самостоятельная работа № 7. Семиотика телефонного разговора, кол-во час.1

Поиск информации, подготовка сообщения:

Задание 1. Разработка шаблона телефонного разговора

Форма контроля: шаблон телефонного разговора с клиентом.

Самостоятельная работа № 8. Корпоративная реклама, кол-во час.1

Поиск информации, подготовка ответов на вопросы:

- 1) Какие рекомендации следует соблюдать при создании буклета?
- 2) Какова структура буклета?
- 3) Что делать, если текстовая рамка содержит больше текста, чем помещается в ней?
- 4) Какими приемами необходимо воспользоваться при создании буклета в текстовом редакторе MS Word при отсутствии шаблонов?

Форма контроля: устный опрос, работа в тетради.

Самостоятельная работа № 9. Анализ примеров речевого воздействия в коммерческой рекламе, кол-во час.1

Поиск информации, подготовка ответов на вопросы:

Задание 1. Поиск примеров УТП.

Задание 2. Работа над анализом найденных примеров УТП на использование приемов речевого воздействия в рекламном тексте.

Форма контроля: работа в тетради.

Самостоятельная работа № 10. Правила оформления рекламного текста, кол-во час.1

Поиск информации, оформление заранее составленного рекламного текста:

Задание 1. Оформление заранее составленного рекламного текста

Форма контроля: оформленный рекламный текст.

Самостоятельная работа № 11. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения, кол-во час.1.

Поиск информации, подготовка сообщения:

Задание 1. Подготовка сообщений «Что такое NLP- программирование»

Задание 2. Найти примеры рекламных текстов с использованием NLP-технологий

Форма контроля: защита сообщения, работа в тетради

Самостоятельная работа № 12. Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов, кол-во час.2

Поиск информации, подготовка сообщения:

Задание 1. Доработка рекламного продукта для основных медиаканалов.

Форма контроля: рекламный продукт

Самостоятельная работа № 13. Текст в Сети, кол-во час.1

Поиск информации, подготовка сообщений в виде ответов на вопросы, разработка рекламного обращения:

Задание 1. Подготовьте ответы на вопросы:

1. Что такое seo-копирайтинг?
2. В чем заключается отличие seo-копирайтинга от традиционного копирайтинга?
3. Чем объясняется популярность seo-копирайтинга в настоящее время?
4. Какие цели преследует заказчик seo-текстов?
5. Дискуссия на тему «Эффективное продвижение рекламируемого товара: социальные сети или сайты».

Задание 2. Разработайте рекламный текст для использования в сети интернет.

Форма контроля: сообщения, рекламное обращение

Самостоятельная работа № 14. Отражение специфики рекламируемого товара или услуги в рекламном тексте, кол-во час.1

Поиск информации, разработка рекламы:

Задание 1. Разработка рекламы. Завершение аудиторной работы.

Форма контроля: готовые рекламные тексты.

Самостоятельная работа № 15. PR- тексты и его жанры, кол-во час.2

Поиск информации, подготовка сообщения, PR-текста:

Задание 1. Подготовка сообщения «Жанры PR текста».

Задание 2. Разработка PR- текста для выбранной организации.

Форма контроля: защита сообщения, PR-текст

Самостоятельная работа № 16. Экспертная оценка рекламного текста, кол-во час.1

Поиск информации, экспертная оценка рекламного текста:

Задание: найдите в интернете и дайте экспертную оценку рекламного текста, используя следующие вопросы:

1. Определите задачу, выполняемую рекламным текстом (обычная предлагающая реклама, имиджевая, трансформирующая и т.д.).

2. Определите разновидность рекламного текста (традиционное, редакционное, купонное объявление и др.).
3. Охарактеризуйте использованные при создании рекламного текста стилевые принципы (краткость, оригинальность, выразительность) и стилевые приемы (прием контраста, прием доброго слова, прием эффективных связей и др.).
4. Охарактеризуйте структуру рекламного текста: - выделите заголовок и определите его вид, найдите ОРТ (основной рекламный текст): вводный абзац, внутренние абзацы, заключение, определите эффективность коды, опишите художественную и маркетинговую ценность слогана.

Форма контроля: сообщение в виде проанализированного текста.

3. ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Результаты самостоятельной работы

Оценки за выполнение заданий могут выставляться по пятибалльной системе или в форме зачета и учитываться как показатели текущей успеваемости обучающихся.

Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений		Критерии оценки результата
балл (оценка)	вербальный аналог	
5	отлично	Представленные работы высокого качества, уровень выполнения отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, выполнены все предусмотренные программой обучения задания.
4	хорошо	Уровень выполнения работы отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения задания выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
3	удовлетворительно	Уровень выполнения работы отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
2	не удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические

		навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения заданий не выполнено.
--	--	--

4. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБУЧЕНИЯ.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

№ п/п	Наименование учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы
I	Основные источники
1.	Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519472
II	Дополнительные источники
1	Риторика : учебник для среднего профессионального образования / В. Д. Черняк [и др.] ; под общей редакцией В. Д. Черняк. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 414 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03888-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512199
2	Рыбальченко, Т. Л. Анализ художественного текста : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Л. Рыбальченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 147 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13072-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518810
3	Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520553
4	Шугерман, Д. Как создать крутой рекламный текст: принципы выдающегося американского копирайтера / Джозеф Шугерман ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 438 с. - ISBN 978-5-9614-1904-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1220990
III	Периодические издания
	«Реклама. Теория и практика»// http://grebennikon.ru/journal-8.html
	Секретарь-референт.- https://elibrary.ru/title_about.asp?id=33687
IV	Программное обеспечение и Интернет-ресурсы
V	Перечень методических рекомендаций, разработанных преподавателем
1.	Методические рекомендации по выполнению практических работ
2.	Методические рекомендации по организации и методическому сопровождению самостоятельной работы студентов