



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»
Кафедра государственного и муниципального управления

Материалы для самостоятельной работы студентов по дисциплине

Б1.В.ДВ.10.2 «Технология рекламы»

Разработчик: доцент, к.ф.н Комарова М.В.

Иркутск, 2017

Рекомендации по подготовке практических заданий

Важным шагом изучения учебного курса по дисциплине «Технология рекламы» является выполнение практических заданий.

1. Реферат «История рекламы»

Реферат должен содержать следующие части:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение – обязательные пункты

- ✓ Актуальность рассматриваемой темы
- ✓ Цель реферата
- ✓ Задачи
- ✓ Структура реферата
- ✓ Использованные источники
 - основную часть - несколько глав, которые могут быть разбиты на параграфы;
 - заключение - выводы по главам или по параграфам и общий вывод по работе;
 - список литературных и интернет источников (правильно по ГОСТу оформленный);
 - приложения.

1. Содержание.

Отразить основные этапы развития рекламы на Западе и в России, включая советский этап. Последний параграф - мировые затраты на рекламу в 2016 году, затраты на рекламу в России по видам, как можно более подробно. Рейтинг крупнейших рекламодателей мира и РФ.

- | |
|---|
| 1. Телевидение, |
| 2. Печатные СМИ |
| 3. Радио |
| 4. Наружная реклама |
| 5. Интернет |
| 6. Прочие (в том числе indoor и кинотеатры) |
| 7. Всего |

Объем реферата.

Объём реферата должен быть не менее 12 страниц формата А-4 в редакторе MS Word, шрифт Times New Roman, размер шрифта 14, межбуквенный интервал обычный, межстрочный интервал полуторный, параметры страницы – поля по 2 см.

Требования к основной части реферата.

Реферат должен быть написан аккуратно, без ошибок. Стил ь изложения текста должен быть учебно-научным. В нём значительную роль должна сыграть специальная рекламная лексика. Не используйте чужие мысли без ссылок на них!!! Ссылки обязательны, они должны быть подстрочными. В последнем параграфе «Затраты на рекламу в мире и России» должны быть приведены актуальные данные по затратам на рекламу, прогнозы ведущих агентств о перспективах развития этого вида деятельности по носителям и видам. Диаграммы и таблицы вынести в приложение.

Требования к заключению.

Заключение – часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении целей (или цели) и задач. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части. Объём заключения составляет, как правило, 2-3 страницы.

Основные требования к списку изученной литературы.

Источники должны быть перечислены в алфавитной последовательности (по первым буквам фамилий авторов или по названиям сборников). Должно быть использовано не менее 10 источников, из них не более половины интернет-источники. Правила оформления смотрите в отдельном файле.

Приложения к реферату.

В приложения выносятся таблицы данных, примеры расчётов, графики и т.п.

Критерий оценки:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата.

Оценка 2 – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Оценка 1 – реферат студентом не представлен.

2. Рекомендации по составлению рекламного словаря

Не менее 100 терминов. Берем только те слова и словосочетания, смысл которых не ясен или нов.

Требования:

- содержательность;

- смысловая логичность и точность изложения;
- значения терминов соответствуют принятому в данной дисциплине употреблению;
- понятийный аппарат (установленная система терминов) четкий и ясный.

Критерии оценки:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования.

Оценка 4 – основные требования к глоссарию выполнены, но при этом допущены недочёты. **Оценка 3** – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – основные требования к глоссарию не выполнены.

Оценка 1 – глоссарий студентом не представлен.

3. Рекомендации по написанию аналитической работы по корректировке отрицательных стереотипов.

Пишем работу по теме "Корректировка отрицательных и усиление положительных стереотипов по ритуальному страхованию". Обязательные элементы: опрос 10 респондентов (разных возрастных категорий и социального статуса). Анализ рынка ритуального страхования в Иркутской области с конкретными ценами (прайсы должны прилагаться).

Критерии оценки:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования.

Оценка 4 – основные требования к работе выполнены, но при этом допущены недочёты.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – основные требования к работе не выполнены.

Оценка 1 – работа студентом не представлена.