

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
факультета Медиакоммуникаций и
аудиовизуальных искусств
Кот Ю.В.**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
АНИМАЦИОННАЯ РЕКЛАМА**

**Направление подготовки: 51.03.02 Народная художественная культура
Профиль подготовки: Руководство студией анимационного видеотворчества.
Преподаватель
Квалификация выпускника: Бакалавр
Форма обучения: Очная**

Методические рекомендации

Содержание самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов включает три модуля:

- теоретический, предполагающий основательное изучение научной и практико-ориентированной литературы по темам дисциплины, представленной в разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»;
- практический, нацеленный на выполнение прикладных задач для формирования навыков и умений;
- блок вербализации, в котором студенты в ходе выполнения заданий для самостоятельной работы должны показать умения вербализовать творческие идеи, фрагменты получаемых знаний и представить их в процедуре публичной защиты (презентации, выступлении на дискуссионной панели, деловой игре, коммуникационном тренинге и пр.).

Методические рекомендации для студентов

В соответствии с учебным планом, студенты выполняют самостоятельную работу, которая является обязательной частью учебного процесса.

При выполнении самостоятельной работы студентам необходимо изучить соответствующую тему курса, рекомендуемую учебную основную и дополнительную литературу.

Одно из главных требований, предъявляемых к выполнению самостоятельной работы - творческий подход, умение выработать и представить собственное мнение, найти оригинальное решение.

Требования к оформлению самостоятельной работы:

- на титульном листе должны быть указаны фамилия, имя, отчество, курс, № зачетной книжки;

- текст должен быть напечатан шрифтом Times New Roman, кегль 14, интервал полуторный;
- страницы пронумерованы, оставлены поля для замечаний рецензента;
- цитаты, формулы и цифровые данные сопровождаются постраничными сносками с указанием источника.

Задания, в которых дословно излагаются материалы учебников, статей или копируются письменные работы других студентов, оцениваются неудовлетворительно.

ТЕМЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ

Раздел Маркетинг

1. Виды рыночной стратегии.
2. Стадии процесса создания нового товара.
3. Методы определения цен.
4. Система товародвижения и каналы сбыта.
5. Понятия «маркетинг ресеч»(marketing research), «маркет ресеч» (marketresearch) и «маркетинг микс» (marketing mix).
6. Понятие «промоушн микс» (promotion mix).
7. Коммуникационная политика и ее составляющие.
8. Сбытовая политика: вертикальные маркетинговые структуры и каналы сбыта.
9. Товарные стратегии. Матрица Бостонской консалтинговой группы.
10. Глобальные маркетинговые стратегии.
11. Оборонительные и наступательные стратегии.
12. Сбытовые стратегии.
13. Стратегическое планирование в маркетинге.
14. Управление маркетингом.

Раздел Связи с общественностью

1. Бренд как объект PR-деятельности.
2. Категория «Имидж» в PR-деятельности.
3. Основные коммуникативные модели.
4. Текстовые материалы для прессы: виды, характеристика.
5. PR в системе маркетинговых коммуникаций.
6. Событийный менеджмент в PR-деятельности.
7. Общая характеристика корпоративной культуры.

8. Брендбук: определение, составные элементы, специфика использования.
9. Логобук: определение, основные элементы, назначение.
10. Интернет-проекты в современной деятельности по связям с
Общественностью
11. Постановка целей PR-кампании при комплексном проектировании.
12. Креативные технологии в разработке PR-кампании.
13. Трендсеттер как объект внимания специалистов по связям с
общественностью.
14. Взаимосвязь позиционирования и творческой стратегии.

Раздел Реклама

1. Организационно-правовая база рекламной деятельности
и ее применение в продюсерской деятельности.
2. Создание ситуационных моделей в рекламе.
3. Семантические маркеры в рекламе.
4. Социальный контекст в рекламе.
5. Прием персонификации в рекламе.
6. Анализ стилистического разнообразия современной рекламы.
7. Печатная реклама: разработка рекламного буклета.
8. Художественный образ в рекламе.
11. Сценарий рекламного ролика: динамика изменений.
12. Шоурил как рекламный инструмент. Создание шоурила.
13. Трейлер: принципы разработки. Анализ трейлеров.
14. Написание логлайна к курсовой/дипломной работе.
15. Анонсная реклама в кинематографе: создание кейса.
16. Разработка рекламного тизера (видеопродукт).
17. Разработка проморолика (видеопродукт).
18. Написание нарратива для экранной рекламы.
19. Разработка рекламной кампании в социальных медиа.

Подготовка к семинарскому занятию

Подготовка к семинарскому занятию включает в себя несколько этапов:

1) теоретический. Здесь происходит знакомство с рекомендованной литературой, оформленной в виде конспектов, рефератов, докладов;

- 2) теоретико-практический. Помогает обогатить теоретические знания фактическим материалом. На этом этапе деятельности студенты фиксируют результаты исследований, подбирают практический материал (таблицы, графики, консультации, справки, аннотации);
- 3) презентационный. Позволяет студентам продумать тактику выступления перед аудиторией.

Список литературы и источников

Основная литература

1. Панкрухин, А. П. Маркетинг : учебник / А. П. Панкрухин. - 4-е изд. ; стер. - М. : Омега-Л, 2006. - 654, [1] с. : схем. - (Высшее экономическое образование). - ISBN 5-98119-461-8 : 182-.
2. Рощупкин, С. Н. Культурно-зрелищная реклама : учеб. пособие / С. Н. Рощупкин ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - [Изд. 3-е]. - М. : МГУКИ, 2009. - 45 с. - Библиогр.: с. 45. - ISBN 978-5-94778-209-7 : 45-.
3. Катернюк, А. В. Практическая реклама [Текст] : учеб. пособие для студентов экон. спец. / А. В. Катернюк. - Ростов н/Д : Феникс, 2008. - 429 с. : ил. - (Высшее образование). - Прил.: с. 414-425. - Библиогр.: с. 426-429. - ISBN 978-5- 222-13035-3 : 192-06.
4. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Текст] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при президенте РФ. - М. : Юрайт, 2014. - 473, [1] с. : ил., схем., табл. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Прил.: с. 453-474. - Кн. доступна в электрон. библ. системе biblio- onlain.ru. - Библиогр. в конце каждой главы. - ISBN 978-5-9916-3301-7 : 580-38.
6. Сулова, И.М. Маркетинговые коммуникации в учреждениях культуры и искусства [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. М. Сулова. - М. : БИБКОВ, 2012. - 165 с. - Библиогр.: с. 164-165. - ISBN 978-5-905563-02-7.
7. Васильева, М. М. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ [Электронный ресурс] : Учебник / Васильева Мария Михайловна ; Васильева М.М. - Отв. ред. - М. : Юрайт, 2015. - 495 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3940-8 : 1000.00.
8. Синяева, И. М. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Инга Михайловна ; Синяева И.М., Романенкова О.Н. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 552. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3170-9 : 1000.00.
9. Поляков, В. А. РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / Поляков Владимир

Александрович ; Поляков В.А., Романов А.А. - М. : Юрайт, 2015. - 502 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-5503- 3 : 1000.00.

15. Булатова, С. Н. Рекламная деятельность учреждений СС и СКС [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Н. Булатова ; Булатова, С. Н. - Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2010. - 72 с. - Базовая коллекция ЭБС "БиблиоРоссика".

16. Ульяновский, Андрей Владимирович.

Реклама в сфере культуры [Электронный ресурс] : [учеб. пособие] / Ульяновский Андрей Владимирович. - Москва : Планета музыки, 2012. - 515 с., XVI с. цв. ил. : ил., табл. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 467-473 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5- 8114-1353-9, 978-5-91938-059-7.

17. Синяева, И. М.МАРКЕТИНГ [Электронный ресурс] : Учебник / Инга Михайловна ; Синяева И.М., Романенкова О.Н. - 3-е изд. ; пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 495. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-4982-7 : 1000.00.

18. Тульчинский, Г. Л. Маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Григорий Львович, Екатерина Леонидовна ; Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова; Санкт-Петербургский филиал Гос. ун-та - Высшая школа экономики. - Москва : Планета музыки, 2009. - 496 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - ISBN 978-5-8114-0955-6 : 474.10 р.

19. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] : [учеб. пособие] / Е. Л. Шекова [и др.] ; Е. Л. Шекова [и др.]; под ред. Е. Л. Шековой. - Москва : Планета музыки, 2012. - 152, [3] с. ; 21 см.

- (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 154 (5 назв.). - ISBN 978-5-8114-1383-6, 978-5-91938-068-9.

Дополнительная литература:

1 Новаторов, В. Е. Маркетинг в социально-культурной сфере / В. Е. Новаторов. - Омск : Омич, 2000. - 288 с. - ISBN 7196-1113-4 : 70-.

2 Рошупкин, С. Н. Культурно-зрелищная реклама : Учеб. пособие / С. Н. Рошупкин ; Моск. гос. ун-т культуры. - М., 1999. - 63с. - ISBN 5-7196-0689-2 : 6-.

3 Серегина, Т. К. Реклама в бизнесе : Учеб. пособие / Т. К. Серегина, Л. М. Титкова ; Инф.-внедренческий центр "Маркетинг". - М., 1996. - 111 с. : ил. - (Б-ка делового человека). - На обл. авт. не указаны. - ISBN 5-86980-055-2 : 3600-.

4 Рошупкин, С. Н. Культурно-зрелищная реклама : Учеб. пособие для гуманит. вузов . Вып.1 / С. Н. Рошупкин ; Моск. гос. ун-т культуры. - М., 1996. - 61с. - Библиогр.: с.61. - ISBN 5-7196-0689-2 : 3000-.

5 Основы маркетинга : Пер. с англ. / Ф. Котлер [и др.]. - 2-еевропейское изд. - М.;

СПб.; Киев : Вильямс, 2001. - 943с : ил. - ISBN 5-8459-0065-4 : 145-.

7 Маркетинг : [учеб., практикум и учеб.-метод. комплекс по маркетингу] / Р. Б. Ноздрева [и др.]. - М. : Юрист, 2002. - 564 с. - (Homo faber). - ISBN 5-7975-0245-3 : 101-.

8 Маркетинг : учеб. для вузов / под ред. Н. П. Ващекина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. - 311 с. - В надзаг.: Рос. гос. торгово-экон. ун-т. - Библиогр.: с.309-311. - ISBN 5-88103-029-X : 136-.

10 Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR : учеб. пособие / Б. Л. Борисов. - М. : Фаир-Пресс, 2004. - 617, [1] с. : ил. - Библиогр.: с.615-618. - ISBN 5- 8183-0270-9 : 139-.

11 Суслова, И. М. Формирование маркетинговых коммуникаций в учреждениях культуры : учеб. пособие / И. М. Суслова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2006. - 79 с. - Библиогр.: с. 79. - 25-.

5. Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры : учеб.- практ. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М. : Юрайт, Высшее образование, 2009. - 720, [1] с. : ил., [8] л. ил., табл. - (Progressive textbook). - ISBN 978-5- 9692-0467-6 : 683-43; 800-; 1370-.

6. Реклама в XXI веке : [сб. науч. ст.] / Моск. гос. ун-т культуры и искусств; [науч. ред. Е. О. Матвеева]. - М. : МГУКИ, 2010. - 126 с. - 115-.

7. Козловский, В. И. Реклама - универсалия культуры. От экономики к духовности [Текст] : монография :[учеб. пособие] / В. И. Козловский ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2014. - 103 с. : ил. - Библиогр.: с. 85-88. - 200-.

8. Креатив в рекламе и связях с общественностью [Текст] : материалы науч.-практ. конф. Москва, 27 нояб. 2013 г. / Моск. гос. ун-т культуры и искусств ; [науч. ред.: О. А. Бударина, Е. О. Матвеева]. - М. : МГУКИ, 2014. - 115 с. - 372-.

9. Гостев, А. Огилви о рекламе / А. Гостев, Т. Новикова, Д. Огилви ; Дэвид Огилви. - Москва : Эксмо, Издательство "Манн, Иванов и Фербер" : Эксмо, Издательство "Манн, Иванов и Фербер", 2013. - 229 с. - ISBN 978-5-91657-717-4.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система elibrary.

Доступ в ЭБС:

- ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа www.e.lanbook.com
Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

- ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа www.biblio-online.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ООО НЭБ Режим доступа www.eLIBRARY.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС Руконт Режим доступа <https://lib.rucont.ru/> Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС Универonline. Режим доступа <https://biblioclub.ru/> Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС IPR Smart <https://www.iprbookshop.ru/> Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей