



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

**Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Республики Крым
«Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
(ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова)**

Кафедра изобразительного и декоративного искусства

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

_____ Е.Н. Алексеева

15 марта 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ И.А. Бавбекова

15 марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ФТД.В.01 «Основы рекламы»**

направление подготовки 54.03.01 Дизайн
профиль подготовки «Программа широкого профиля»

факультет истории, искусств и крымскотатарского языка и литературы

Симферополь, 2024

Рабочая программа дисциплины ФТД.В.01 «Основы рекламы» для бакалавров направления подготовки 54.03.01 Дизайн. Профиль «Программа широкого профиля» составлена на основании ФГОС ВО, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 № 1015.

Составитель

рабочей программы _____ Е.Н. Алексеева
подпись

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
изобразительного и декоративного искусства
от 14 февраля 2024 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой _____ И.А. Бавбекова
подпись

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании УМК факультета
истории, искусств и крымскотатарского языка и литературы
от 15 марта 2024 г., протокол № 5

Председатель УМК _____ И.А. Бавбекова
подпись

1.Рабочая программа дисциплины ФТД.В.01 «Основы рекламы» для бакалавриата направления подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль подготовки «Программа широкого профиля».

2.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Цель и задачи изучения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля):

– сформировать представление студентов о креативной области связей с общественностью и различии культурных традиций, ценностей, норм, эстетических идеалов, вписанных в том числе и в сферу рекламы.

Учебные задачи дисциплины (модуля):

– научить студентов адаптироваться к разным рекламным и PR-реальностям, проявлять толерантность к национальным культурным и религиозным различиям;

– объяснить студентам особенности поведенческих стереотипов в условиях политической и социальной коммуникации;

– способствовать развитию культурной восприимчивости, способности к правильной интерпретации конкретных проявлений коммуникативного поведения в различных социокультурных условиях.

2.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

ПК-6 - Способен применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике

ПК-9 - Способен составлять подробную спецификацию требований к дизайн-проекту и готовить полный набор документации по дизайн-проекту, с основными экономическими расчетами для реализации проекта

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- технологические процессы, необходимые для решения проектной идеи;
- базовые категории публич рилейшнз, рекламы и основы массовой коммуникации; основные рекламные коммуникации и стратегии публич рилейшнз в контексте межкультурного общения; специфику и компоненты PR-средств в сфере общения;

Уметь:

- использовать на практике технологические схемы и чертежи, для производства дизайн-образцов и промышленных образцов;
- анализировать вербальную коммуникацию в контексте языковой картины мира; правильно интерпретировать многочисленные термины публич рилейшнз и рекламы;

Владеть:

- современными технологиями, реализуемыми дизайнером на практике;
- теоретическими знаниями о планомерной постоянно осуществляемой деятельности по обеспечению равноправного информационного взаимодействия; навыками грамотного представления дизайн-продукта.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина ФТД.В.01 «Основы рекламы» относится к факультативным дисциплинам учебного плана.

4. Объем дисциплины (модуля)

(в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся)

Семестр	Общее кол-во часов	кол-во зач. единиц	Контактные часы						СР	Контроль (время на контроль)
			Всего	лек	лаб.з ан.	прак т.зан .	сем. зан.	ИЗ		
1	72	2	24	8		16			48	За
Итого по ОФО	72	2	24	8		16			48	

5. Содержание дисциплины (модуля) (структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий)

Наименование тем (разделов, модулей)	Количество часов														Форма текущего контроля
	очная форма							заочная форма							
	Всего	в том числе						Всего	в том числе						
		л	лаб	пр	сем	ИЗ	СР		л	лаб	пр	сем	ИЗ	СР	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Тема															
Тема 1. Сущность и содержание рекламы. Основные виды рекламы.	18	2		4				12							информационный поиск
Тема 2. Основы планирования и проведения рекламной кампании.	18	2		4				12							творческое задание
Тема 3. Средства распространения и размещения рекламы.	18	2		4				12							творческое задание

Тема 4. Запрещенные виды рекламы. Роль рекламы в обществе.	18	2		4			12								информационный поиск
Всего часов за 1 семестр	72	8		16			48								
Форма промез. контроля	Зачет														
Всего часов дисциплине	72	8		16			48								
часов на контроль															

5. 1. Тематический план лекций

№ лекц	Тема занятия и вопросы лекции	Форма проведения (актив., интерак.)	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1.	<p>Тема 1. Сущность и содержание рекламы. Основные виды рекламы. <i>Основные вопросы:</i> Предпосылки возникновения рекламы. Влияние общественного строя на функционирование рекламы. Развитие отечественного рынка рекламы. Взаимодействие российского рынка рекламы с зарубежным. Основные понятия рекламного дела. Цели, функции и задачи рекламы. Реклама как форма маркетинговой коммуникации. Современные подходы к определению рекламы. Экономическая, информационная, образовательная, социальная и другая роль Основные задачи предприятия в процессе организации маркетинговых коммуникаций. Характеристика коммуникационного комплекса: личные продажи, связи с общественностью, стимулирование продаж Реклама и требования к ней. Правовые основы рекламы. Модель потребительского восприятия рекламы.</p>	Интеракт.	2	

2.	<p>Тема 2. Основы планирования и проведения рекламной кампании.</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Определение целей и проведение рекламной кампании. Маркетинговые исследования в ходе проведения рекламной кампании.</p> <p>Определение бюджета рекламной кампании.</p> <p>Оценка результатов проведения рекламной кампании.</p>	Интеракт.	2	
3.	<p>Тема 3. Средства распространения и размещения рекламы.</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Основные критерии классификации средств рекламы. Планирование средств в рекламе: определение целевых аудиторий, география сбыта, время, продолжительность, удельный вес вложений в средства рекламы.</p> <p>Методы выбора и механизм покупки рекламных средств. Реклама в прессе. Радио и телевизионная реклама. Наружная реклама и реклама на транспорте. Прямой контакт с потенциальными покупателями (прямая реклама).</p>	Интеракт.	2	
4.	<p>Тема 4. Запрещенные виды рекламы. Роль рекламы в обществе.</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама. Неэтичная реклама. Заведомо ложная реклама. Скрытая реклама. Реклама с исчезающей приманкой.</p> <p>Социально – психологическое воздействие рекламы на потребителя сферы общественного питания. Методы психологического воздействия на потребителя сферы общественного питания.</p>	Интеракт.	2	
	Итого		8	0

5. 2. Темы практических занятий

№ занятия	Наименование практического занятия	Форма проведения (актив., интерак.)	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1.	<p>Тема 1. Сущность и содержание рекламы. Основные виды рекламы. <i>Основные вопросы:</i> Предпосылки возникновения рекламы. Влияние общественного строя на функционирование рекламы. Развитие отечественного рынка рекламы. Взаимодействие российского рынка рекламы с зарубежным.</p> <p>Основные понятия рекламного дела. Цели, функции и задачи рекламы. Реклама как форма маркетинговой коммуникации. Современные подходы к определению рекламы. Экономическая, информационная, образовательная, социальная и другая роль</p> <p>Основные задачи предприятия в процессе организации маркетинговых коммуникаций. Характеристика коммуникационного комплекса: личные продажи, связи с общественностью, стимулирование продаж Реклама и требования к ней. Правовые основы рекламы. Модель потребительского восприятия рекламы.</p>	Интеракт.	4	
2.	<p>Тема 2. Основы планирования и проведения рекламной кампании. <i>Основные вопросы:</i> Основные критерии классификации средств рекламы. Планирование средств в рекламе: определение целевых аудиторий, география сбыта, время, продолжительность, удельный вес вложений в средства рекламы.</p>	Интеракт.	4	

	Методы выбора и механизм покупки рекламных средств. Реклама в прессе. Радио и телевизионная реклама. Наружная реклама и реклама на транспорте. Прямой контакт с потенциальными покупателями (прямая реклама).			
3.	<p>Тема 3. Средства распространения и размещения рекламы.</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Основные критерии классификации средств рекламы. Планирование средств в рекламе: определение целевых аудиторий, география сбыта, время, продолжительность, удельный вес вложений в средства рекламы.</p> <p>Методы выбора и механизм покупки рекламных средств. Реклама в прессе. Радио и телевизионная реклама. Наружная реклама и реклама на транспорте. Прямой контакт с потенциальными покупателями (прямая реклама).</p>	Интеракт.	4	
4.	<p>Тема 4. Запрещенные виды рекламы. Роль рекламы в обществе.</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама. Неэтичная реклама. Заведомо ложная реклама. Скрытая реклама. Реклама с исчезающей приманкой.</p> <p>Социально – психологическое воздействие рекламы на потребителя сферы обще-ственного питания. Методы психологического воздействия на потребителя сферы общественного питания.</p>	Интеракт.	4	
	Итого			

5. 3. Темы семинарских занятий

(не предусмотрены учебным планом)

5. 4. Перечень лабораторных работ

(не предусмотрено учебным планом)

5. 5. Темы индивидуальных занятий

(не предусмотрено учебным планом)

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа по данной дисциплине включает такие формы работы как: работа с базовым конспектом; творческое задание ; информационный поиск; подготовка к зачету.

6.1. Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине (модулю)

№	Наименование тем и вопросы, выносимые на самостоятельную работу	Форма СР	Кол-во часов	
			ОФО	ЗФО
1	Тема 1. Сущность и содержание рекламы. Основные виды рекламы. Основные вопросы: Реферат на тему «Роль рекламы в бизнес планировании». Доклад на тему «Исполнитель рекламы»	информационный поиск	12	
2	Тема 2. Основы планирования и проведения рекламной кампании. Основные вопросы: Схема «Этапы проведения рекламной кампании» Реферат на тему «Модели проведения рекламной кампании» Конспект на тему «Общая модель проведения рекламной кампании».	творческое задание	12	
3	Тема 3. Средства распространения и размещения рекламы. Основные вопросы: Реферат на тему «Популярность средств массовой информации у рекламодателей и потребителей рекламы». Конспект на тему «Культурная среда страны, в которой размещается реклама, менталитет ее граждан и их привычки». Практическая работа «Выбор цветовой гаммы щитовой рекламы».	творческое задание	12	

4	<p>Тема 4. Запрещенные виды рекламы. Роль рекламы в обществе.</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>Доклад на тему Использование элементов запрещенных видов рекламы в современном бизнесе.</p> <p>Реферат на тему «Слоган - как имидж бизнеса и имидж фирмы».</p> <p>Реферат на тему «Психотехнология иллюстрации в рекламе», «Психотехнология слогана и заголовка рекламного текста».</p>	информационный поиск	12	
	Итого		48	

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Дескрипторы	Компетенции	Оценочные средства
ПК-6		
Знать	технологические процессы, необходимые для решения проектной идеи	информационный поиск
Уметь	использовать на практике технологические схемы и чертежи, для производства дизайн-образцов и промышленных образцов	творческое задание
Владеть	современными технологиями, реализуемыми дизайнером на практике	зачет
ПК-9		
Знать	базовые категории публич рилейшнз, рекламы и основы массовой коммуникации; основные рекламные коммуникации и стратегии публич рилейшнз в контексте межкультурного общения; специфику и компоненты PR-средств в сфере общения	информационный поиск

Уметь	анализировать вербальную коммуникацию в контексте языковой картины мира; правильно интерпретировать многочисленные термины паблик рилейшнз и рекламы	творческое задание
Владеть	теоретическими знаниями о планомерной постоянно осуществляемой деятельности по обеспечению равноправного информационного взаимодействия; навыками грамотного представления дизайн-продукта.	зачет

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценочные средства	Уровни сформированности компетенции			
	Компетентность несформирована	Базовый уровень компетентности	Достаточный уровень компетентности	Высокий уровень компетентности
творческое задание	Работа не соответствует требованиям и задачам всего творческого задания.	Частично выполнены требования и задачи всего творческого задания.	Выполнены не все требования и задачи всего творческого задания.	Работа соответствует требованиям и задачам творческого задания.
информационный поиск	Студент имеет нечеткое представление об объекте изучения.	Результаты информационного поиска слабо отражают суть проблематики.	Изложение материала логично и аргументировано, с небольшими неточностями в ответах.	Изложение материала логично и аргументировано, с небольшими неточностями в ответах.
зачет	Студент не выполнил или выполнил частично все практические задания, Не ответил на вопросы.	Студент представил частично практические задания. Ответы слабо отражают суть проблематики	Студент представил полностью, но с замечаниями практические задания. В ответах допущены небольшие неточности.	Студент полностью выполнил практические задания в соответствии с требованиями. Правильно ответил на вопросы.

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

7.3.1. Примерные темы для творческого задания

1. Определение в средствах рекламы элементов запрещенных видов рекламы
2. Составление рекламных текстов для СМИ. Работа с текстовыми блоками.
3. Упражнение по расчету стоимости рекламы.
4. Проведение маркетингового исследования в ходе принятия решения о проведении рекламной кампании.
5. Изготовление эскиза щитовой рекламы предприятий общественного питания.
6. Разработка макета рекламного флаера.
7. Разработка декоративного шрифтового плаката.
8. Разработка дизайна авторской деловой документации.
9. Принципы верстки рекламного текста.
10. Синтез текстового блока и рекламных иллюстраций.

7.3.3.

1. Рыночная ниша. Позиционирование товара.
2. Документально-правовое обеспечение торговли. Процедура подготовки торговой сделки.
3. Паблик рилейшнз. Мероприятия «Паблик рилейшнз».
4. Закон спроса и предложения. Эластичность спроса.
5. Коммерческие операции на товарных биржах. Психологические способы установки цен.

7.3.2. Вопросы к зачету

1. Рекламный бюджет. Методы расчета бюджета рекламы. Нормативы для исчисления предельных размеров затрат на рекламу.
2. Запрещенные виды рекламы.
3. Роль рекламного агента в успешной рекламной кампании.
4. Маркетинговые исследования. Сущность, объекты, цели и задачи исследований. Виды маркетинговых исследований.
5. Роль рекламы в бизнес планировании.
6. Паблицити, формирование спроса и стимулирование сбыта.
7. Влияние общественного строя на функционирование рекламы.
8. Основные средства рекламы. Критерии их выбора.

9. Понятие стратегического планирования, основные направления стратегического планирования. Контроль в маркетинге.
10. Маркетинговая программа. Цели и задачи составления маркетинговой программы. Составляющие элементы маркетинговой программы.
11. Фирменный стиль. Имидж фирмы. Товарный знак, как средство рекламы.
12. Сегментация региональных рынков. Понятие сегментации рынка, ее значение. Признаки сегментации.
13. Ценообразование в маркетинге, его сущность и назначение. Функции ценообразования.
14. Государственные законодательные ограничения в ценообразовании.
15. Маркетинг и конкуренция. Конкуренция и ее влияние на деятельность фирмы. Функции конкуренции.
16. Рыночная атрибутика товаров. Осуществление товарной политики и формирование товарного ассортимента.
17. Сущность маркетинга. Роль и задачи маркетинга.
18. Рынок маркетинговой информации.
19. Контракт купли-продажи. Предмет контракта. Обязательные разделы контракта.
20. Критерии определения маркетинговой стратегии фирмы.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

7.4.1. Оценивание творческого задания

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Постановка цели	Цель нуждается в доработке	Цель сформулирована нечетко	Цель сформулирована
Оригинальность проблемы	Нуждается в доработке	Есть элементы оригинальности	Проблема оригинальна
Оригинальность стратегии решения	Нуждается в доработке	Есть элементы оригинальности	Стратегия оригинальна
Разработанность решения	Есть представление решения проблемы, алгоритм действий имеет не более 3 замечаний	Есть представление решения проблемы, алгоритм действий имеет не более 2 замечаний	Есть четкое представление решения проблемы, понятен алгоритм действий
Оптимальность решения	Нуждается в доработке	Есть альтернативные решения	Решение оптимально
Эффективность решения	Нуждается в доработке	Эффективность решения ниже возможной	Решение наиболее эффективное из возможных

Демонстрация коммуникативной культуры	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 4	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 2	Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи
---------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------

7.4.2. Оценивание зачета

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Полнота ответа, последовательность и логика изложения	Ответ полный, но есть замечания, не более 3	Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2	Ответ полный, последовательный, логичный
Правильность ответа, его соответствие рабочей программе учебной дисциплины	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 3	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 2	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины
Способность студента аргументировать свой ответ и приводить примеры	Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 3 несоответствий	Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 2 несоответствий	Ответ аргументирован, примеры приведены
Осознанность излагаемого материала	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно
Соответствие нормам культуры речи	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 4	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 2	Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи
Качество ответов на вопросы	Есть замечания к ответам, не более 3	В целом, ответы раскрывают суть вопроса	На все вопросы получены исчерпывающие ответы

7.5. Итоговая рейтинговая оценка текущей и промежуточной аттестации студента по дисциплине

По учебной дисциплине «Основы рекламы» используется 4-балльная система оценивания, итог оценивания уровня знаний обучающихся предусматривает зачёт. Зачет выставляется во время последнего практического занятия при условии выполнения не менее 60% учебных поручений, предусмотренных учебным планом и РПД. Наличие невыполненных учебных поручений может быть основанием для дополнительных вопросов по дисциплине в ходе промежуточной аттестации. Во всех остальных случаях зачет сдается обучающимися в даты, назначенные преподавателем в период соответствующий промежуточной аттестации.

Шкала оценивания текущей и промежуточной аттестации студента

Уровни формирования компетенции	Оценка по четырехбалльной шкале
	для зачёта
Высокий	зачтено
Достаточный	
Базовый	
Компетенция не сформирована	не зачтено

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**Основная литература.**

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-метод пособие, др.)	Кол-во в библи.
1.	Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии: учеб. пособ. для студ. вузов, обуч. по направ. подготовки (спец.) "Реклама и связи с общественности" / О. Н. Ткаченко ; ред. О. Н. Ткаченко ; рец.: С. Ф. Денисов, С. П. Исачкин. - М.: Магистр; М.ИНФРА-М, 2019. - 176 с.	учебное пособие	8

Дополнительная литература.

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-метод пособие, др.)	Кол-во в библи.
1.	Ушанов П.В. Реклама в телевизионной программе. Ай Пи Эр Медиа, 2017 г.	учебное пособие	http://www.iprblookshop.ru/66628
2.	Фрумкин Г.М. Сценарное мастерство. Кино – телевидение – реклама. Академический Проект, 2016 г.	учебное пособие	http://www.iprblookshop.ru/60094

3.	Назайкин Н.А. Эффективный рекламный текст в СМИ. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011 г.	монография	http://www.iprblookshop.ru/13128
4.	Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ. История, технология, классификация. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010 г.	монография	http://www.iprblookshop.ru/13154
5.	Гринберг, Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама : учебное пособие / Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. — ISBN 978-5-7567-0639-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/68679 (дата обращения: 17.09.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/68679
6.	Ильясова, С. В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия : монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 328 с. — ISBN 978-5-9765-2075-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/91035 (дата обращения: 25.09.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Монографии	https://e.lanbook.com/book/91035
7.	Петушкова Т. А. Семантические системы рекламной коммуникации модного костюма [Электронный ресурс] : монография. - Москва: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2010. - 254 с.	монография	https://e.lanbook.com/book/128356
8.	Орловский А. А. Рекламный графический дизайн спортивного костюма [Электронный ресурс] : монография. - Москва: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. - 272 с.	монография	https://e.lanbook.com/book/128375

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- 1.Поисковые системы: <http://www.rambler.ru>, <http://yandex.ru>,
- 2.Федеральный образовательный портал www.edu.ru.

3. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/ru>
4. Государственная публичная научно-техническая библиотека России URL: <http://gpntb.ru>.
5. Государственное бюджетное учреждение культуры Республики Крым «Крымская республиканская универсальная научная библиотека»
6. Педагогическая библиотека <http://www.pedlib.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (РИНЦ)

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Общие рекомендации по самостоятельной работе бакалавров

Подготовка современного бакалавра предполагает, что в стенах университета он овладеет методологией самообразования, самовоспитания, самосовершенствования. Это определяет важность активизации его самостоятельной работы.

Самостоятельная работа формирует творческую активность бакалавров, представление о своих научных и социальных возможностях, способность вычленять главное, совершенствует приемы обобщенного мышления, предполагает более глубокую проработку ими отдельных тем, определенных программой.

Основными видами и формами самостоятельной работы студентов по данной дисциплине являются: самоподготовка по отдельным вопросам; работа с базовым конспектом; творческое задание; информационный поиск; подготовка к зачету.

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной литературы. Основная функция учебников – ориентировать в системе тех знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими специалистами. Учебник также служит путеводителем по многочисленным произведениям, ориентируя в именах авторов, специализирующихся на определённых научных направлениях, в названиях их основных трудов. Вторая функция учебника в том, что он очерчивает некий круг обязательных знаний по предмету, не претендуя на глубокое их раскрытие.

Чтение рекомендованной литературы – это та главная часть системы самостоятельной учебы бакалавра, которая обеспечивает подлинное усвоение науки. Читать эту литературу нужно по принципу: «идея, теория, метод в одной, в другой и т.д. книгах».

Во всех случаях рекомендуется рассмотрение теоретических вопросов не менее чем по трем источникам. Изучение проблемы по разным источникам - залог глубокого усвоения науки. Именно этот блок, наряду с выполнением практических заданий является ведущим в структуре самостоятельной работы студентов.

Вниманию бакалавров предлагаются список литературы, вопросы к самостоятельному изучению и вопросы к зачету.

Для успешного овладения дисциплиной необходимо выполнять следующие требования:

- 1) выполнять все определенные программой виды работ;
- 2) посещать занятия, т.к. весь тематический материал взаимосвязан между собой и, зачастую, самостоятельного теоретического овладения пропущенным материалом недостаточно для качественного его усвоения;
- 3) все рассматриваемые на занятиях вопросы обязательно фиксировать в отдельную тетрадь и сохранять её до окончания обучения в вузе;
- 4) проявлять активность при подготовке и на занятиях, т.к. конечный результат овладения содержанием дисциплины необходим, в первую очередь, самому бакалавру;
- 5) в случаях пропуска занятий по каким-либо причинам обязательно отрабатывать пропущенное преподавателю во время индивидуальных консультаций.

Внеурочная деятельность бакалавра по данной дисциплине предполагает:

- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным вопросам;
- выполнение практических заданий;
- выработку умений научной организации труда.

Успешная организация времени по усвоению данной дисциплины во многом зависит от наличия у бакалавра умения самоорганизовать себя и своё время для выполнения предложенных домашних заданий. Объём заданий рассчитан максимально на 2-3 часа в неделю. При этом алгоритм подготовки будет следующим:

- 1 этап – поиск в литературе теоретической информации по предложенным преподавателем вопросам;
- 2 этап – осмысление полученной информации, освоение терминов и понятий;
- 3 этап – составление плана ответа на каждый вопрос;
- 4 этап – поиск примеров по данной проблематике.

Работа с базовым конспектом

Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций в различных формах их проведения: проблемные лекции с элементами эвристической беседы, информационные лекции, лекции с опорным конспектированием, лекции-визуализации.

На лекциях преподаватель рассматривает вопросы программы курса, составленной в соответствии с государственным образовательным стандартом. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу.

Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям.

Во время самостоятельной проработки лекционного материала особое внимание следует уделять возникшим вопросам, непонятным терминам, спорным точкам зрения. Все такие моменты следует выделить или выписать отдельно для дальнейшего обсуждения на практическом занятии. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией. Полный список литературы по дисциплине приведен в рабочей программе дисциплины.

Информационный поиск

Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска.

Информационный поиск - поиск неструктурированной документальной информации.

Список современных задач информационного поиска:

- решение вопросов моделирования;
- классификация документов;
- фильтрация, классификация документов;
- проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских
- извлечение информации (аннотирование и реферирование документов);
- выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах.

Содержание задания по видам поиска:

- поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий);
- поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация;

— поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.).

Выполнение задания:

1. определение области знаний;
2. выбор типа и источников данных;
3. сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
4. отбор наиболее полезной информации;
5. выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
6. выбор алгоритма поиска закономерностей;
7. поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
8. творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы:

— способность бакалавров решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Творческое задание

Творческие домашние задания – одна из форм самостоятельной работы бакалавров, способствующая углублению знаний, выработке устойчивых навыков самостоятельной работы.

Творческое задание – задание, которое содержит большой или меньший элемент неизвестности и имеет, как правило, несколько подходов.

В качестве главных признаков творческих домашних работ бакалавров выделяют: высокую степень самостоятельности; умение логически обрабатывать материал; умение самостоятельно сравнивать, сопоставлять и обобщать материал; умение классифицировать материал по тем или иным признакам; умение высказывать свое отношение к описываемым явлениям и событиям; умение давать собственную оценку какой-либо работы и др.

Выделяют следующие виды домашних творческих заданий:

I. Задания когнитивного типа

1. Научная проблема – решить реальную проблему, которая существует в науке.
2. Структура – нахождение, определение принципов построения различных структур.
3. Опыт – проведение опыта, эксперимента.
4. Общее в разном – вычленение общего и отличного в разных системах.

5. Разно-научное познание – одновременная работа с разными способами исследования одного и того же объекта.

II. Задания креативного типа

1. Составление – составить словарь, кроссворд, игру, викторину и т.д.
2. Изготовление – изготовить поделку, модель, макет, газету, журнал, видеофильм.
3. Учебное пособие – разработать свои учебные пособия.

III. Задания организационно-деятельностного типа

1. План – разработать план домашней или творческой работы, составить индивидуальную программу занятий по дисциплине.
2. Выступление – составить показательное выступление, соревнование, концерт, викторину, кроссворд, занятие.
3. Рефлексия – осознать свою деятельность (речь, письмо, чтение, вычисления, размышления) на протяжении определенного отрезка времени. Вывести правила и закономерности этой деятельности.
4. Оценка – написать рецензию на текст, фильм, работу другого студента, подготовить самооценку (качественную характеристику) своей работы по определенной теме за определенный период.

Примерный список тем домашнего творческого задания представлен в программе дисциплины. Бакалавру целесообразно выделить в рамках выбранной темы проблемную зону, постараться самостоятельно ее изучить и творчески подойти к результатам представления полученных результатов.

Требования к написанию и оформлению творческого домашнего задания: Работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Должна быть нумерация страниц. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. Объем работы, без учета приложений, не более 10 страниц.

Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что бакалавр не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Оформление творческого задания

1. Титульный лист.
2. Форма задания.
3. Пояснительная записка.
4. Содержательная часть творческого домашнего задания.
5. Выводы.
6. Список использованной литературы.

Подготовка к зачету

Зачет является традиционной формой проверки знаний, умений, компетенций, сформированных у студентов в процессе освоения всего содержания изучаемой дисциплины. Обычный зачет отличается от экзамена только тем, что преподаватель не дифференцирует баллы, которые он выставляет по его итогам.

Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра, а не за несколько дней до его проведения.

Подготовка включает следующие действия. Прежде всего нужно перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра. Затем надо соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету. Если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуются делать краткие записи. Речь идет не о шпаргалке, а о формировании в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Накануне зачета необходимо повторить ответы, не заглядывая в записи. Время на подготовку к зачету по нормативам университета составляет не менее 4 часов.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости))

Информационные технологии применяются в следующих направлениях:
 оформление письменных работ выполняется с использованием текстового редактора;
 демонстрация компьютерных материалов с использованием мультимедийных технологий;
 использование информационно-справочного обеспечения, такого как: правовые справочные системы (Консультант+ и др.), онлайн словари, справочники (Грамота.ру, Интуит.ру, Википедия и др.), научные публикации.
 использование специализированных справочных систем (электронных учебников, справочников, коллекций иллюстраций и фотоизображений, фотобанков, профессиональных социальных сетей и др.).

OpenOffice Ссылка: <http://www.openoffice.org/ru/>

Mozilla Firefox Ссылка: <https://www.mozilla.org/ru/firefox/new/>

Libre Office Ссылка: <https://ru.libreoffice.org/>

Do PDF Ссылка: <http://www.dopdf.com/ru/>

7-zip Ссылка: <https://www.7-zip.org/>

Free Commander Ссылка: <https://freecommander.com/ru>

be Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>по

Gimp (графический редактор) Ссылка: <https://www.gimp.org/>

ImageMagick (графический редактор) Ссылка:

VirtualBox Ссылка: <https://www.virtualbox.org/>

Adobe Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>

Операционная система Windows 8.1 Лицензионная версия по договору №471\1 от 11.12.2014 г.

Электронно-библиотечная система Библиокомплектатор

Национальна электронная библиотека - федеральное государственное бюджетное учреждение «Российская государственная библиотека» (ФГБУ «РГБ»)

Редакция Базы данных «ПОЛПРЕД Справочники»

Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

-При изучении данной дисциплины используется учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, оснащенная, интерактивной панелью 4К TT-7518VN (Newline).

-Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде организации.

13. Особенности организации обучения по дисциплине обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;

- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи

ческих занятий, выступления с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, – не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин., – продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

14. Виды занятий, проводимых в форме практической подготовки

(не предусмотрено при изучении дисциплины)