


АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Утверждаю

Декан СПФ

 Т. В. Поштарева

«23» мая 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Технологии производства рекламного продукта»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки – 2022 г.


Разработана

канд. филол. наук доцент кафедры СГД

 О.А. Двоенко

Согласована

зав. выпускающей кафедры СГД

 Е.В. Смирнова

Рекомендована

на заседании кафедры СГД

от «23» мая 2022 г.

протокол № 11

Зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Одобрена

на заседании учебно-методической

комиссии СПФ

от «23» мая 2022 г.

протокол № 9

Председатель УМК

 Т. В. Поштарева

Ставрополь, 2022 г.

Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	4
5. Содержание и структура дисциплины	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	7
5.3. Занятия семинарского типа	8
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	9
5.5. Самостоятельная работа	9
6. Образовательные технологии	9
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	10
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
8.1. Основная литература	10
8.2. Дополнительная литература	10
8.3. Программное обеспечение	10
8.4. Профессиональные базы данных	10
8.5. Информационные справочные системы	10
8.6. Интернет-ресурсы	11
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	11
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	15
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	15
Приложение к рабочей программе	17

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Технологии производства рекламного продукта» являются:

- формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта;
- развитие представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его составляющих и видовом разнообразии;
- формирование навыков использования основных подходов к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Технологии производства рекламного продукта» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.22) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экономика рекламных и PR-агентств	Преддипломная практика
Разработка рекламного продукта	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
Информационные технологии проектирования WEB-сайтов	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Знает содержание и структуру медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в рамках рекламного производства. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. Владет нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем при производстве рекламного продукта.
ОПК- 6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает основные характеристики технического оборудования и программного обеспечения, применяемых при производстве рекламного продукта Умеет отбирать техническое оборудование и программное обеспечение, необходимое для осуществления профессиональной деятельности. Владет навыками отбора технического оборудования и программного обеспечения для производства рекламного продукта.
	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и	Знает технологии применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в рамках рекламного производства. Умеет применять цифровые

	(или) иных коммуникационных продуктов	устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания коммуникационных продуктов Владеет навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в процессе производства рекламного продукта
--	---------------------------------------	--

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		Б
Контактная работа (всего)	63,8	63,8
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	24	24
из них	-	-
- лекции	24	24
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	36	36
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	36	36
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	1	1
5) промежуточная аттестация	0,8	0,8
Самостоятельная работа (всего) (СР)	152,2	152,2
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	126	126
Подготовка к аттестации	26,2	26,2
Общий объем, час	216	216
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		В
Контактная работа (всего)	21,8	21,8
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	8	8
из них	-	-
- лекции	8	8
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	12	12
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	12	12

- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	1	1
5) промежуточная аттестация	0,8	0,8
Самостоятельная работа (всего) (СР)	194,2	194,2
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	186	186
Подготовка к аттестации	8,2	8,2
Общий объем, час	216	216
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	Содержание и структура медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в рамках рекламного производства. Язык печатной рекламы. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе. Рекламная листовка и рекламный буклет. Язык бизнес-рекламы и потребительской рекламы. Язык наружной и транзитной рекламы. Язык телевизионной рекламы. Язык радиорекламы. Язык прямой почтовой рекламы.
2.	Художественное редактирование в рекламе	Реклама и искусство. Роль крейтора в рекламном творчестве. Художественный редактор. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе. Художественный дизайн в рекламе. Компьютерный дизайн в рекламе. Режиссура рекламы.
3.	Художественный креатив в создании рекламного объявления	Композиция рекламного сообщения. Использование композиции. Этапы проработки композиции. Выбор наиболее эффективных видов композиции.
4.	Визуальные средства рекламы	Назначение визуальных средств. Технические методы. Выбор визуального средства. Практические технологии фоторекламы.
5.	Конструирование упаковки	Виды упаковок. Специалисты по конструированию упаковки, их функции. Условия изменения упаковки.
6.	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	Технология и планирование печатного производства. Типография: классы шрифтов, группы шрифтов, семейство шрифтов. Структура и единицы измерения шрифта. Способы типографского набора. Набор на пишущих машинах. Фотонабор. Компьютерный набор. Технология набора. Печать. Подготовка рекламных материалов к печати. Способы печати. Цветная печать. Подготовка материалов для издания. Выбор бумаги.
7.	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	Основные характеристики технического оборудования и программного обеспечения, применяемых при производстве рекламного продукта. Создание телевизионной рекламы и кинорекламы. Разработка концепции. Типы телерекламы. Техника производства телерекламы. Анимация. Живое действие. Специальные эффекты. Процесс производства. Подготовительный этап. Производственный этап. Завершающий этап. Кино и видео. Затраты.

	Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Производство радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Написание сценария радиорекламы. Типы радиорекламы. Производство рекламного продукта для сети Интернет. Технологии применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в рамках рекламного производства.
--	---

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	24	2	-	4	-	6
2	Художественное редактирование в рекламе	24	2	-	4	-	8
3	Художественный креатив в создании рекламного объявления	24	2	-	4	-	8
4	Визуальные средства рекламы	24	2	-	4	-	7
5	Конструирование упаковки	26	4	-	4	-	7
6	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	30	4	-	8	-	7
7	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	30	4	-	8	-	7
	Групповые консультации	2	-	-	-	-	-
	Индивидуальная работа	1	-	-	-	-	-
	Курсовой проект (работа)						76
	Промежуточная аттестация (экзамен)	0,8	-	-	-	-	-
	Подготовка к аттестации	26,2					
	Общий объем	216	24	-	36	-	126

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	30	2	-	2	-	14
2	Художественное редактирование в рекламе	26	-	-	-	-	16
3	Художественный креатив в создании рекламного объявления	26	-	-	-	-	16
4	Визуальные средства рекламы	30	2	-	2	-	16
5	Конструирование упаковки	28	-	-	2	-	16
6	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	34	2	-	4	-	16
7	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	32	2	-	2	-	16
	Индивидуальная работа	1	-	-	-	-	-
	Курсовой проект (работа)						76
	Промежуточная аттестация (экзамен)	0,8	-	-	-	-	-
	Подготовка к аттестации	8,2					
	Общий объем	216	8	-	12	-	186

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1.	ПР	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	4
2.	2.	ПР	Художественное редактирование в рекламе	4
3.	3.	ПР	Художественный креатив в создании рекламного объявления	4
4.	4.	ПР	Визуальные средства рекламы	4
5.	5.	ПР	Конструирование упаковки	4
6.	6.	ПР	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	8
7.	7.	ПР	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	8
Общий объем				36

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1.	ПР	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	2
2.	2.	ПР	Художественное редактирование в рекламе	-
3.	3.	ПР	Художественный креатив в создании рекламного объявления	-
4.	4.	ПР	Визуальные средства рекламы	2
5.	5.	ПР	Конструирование упаковки	2
6.	6.	ПР	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	4
7.	7.	ПР	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	2
Общий объем				12

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)

Темы для написания курсовой работы (курсового проекта)

1. Ведущие зарубежные и отечественные криейторы в области рекламы.
2. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе.
3. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции в СКФО.
4. Специфика создания телевизионной рекламы и кинорекламы.
5. Специфика оформления упаковки товара на предприятиях Ставропольского края.
6. Преимущества изображения и преимущества текста в рекламном производстве.
7. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм.
8. Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного продукта.
9. Критерии и методы оценки социально-психологической эффективности рекламного продукта.
10. Критерии и методы оценки маркетинговой и коммуникативной эффективности рекламного продукта.
11. Социальная этика, правовые нормы и оценка рекламного продукта.
12. Эффективность рекламной кампании и эффективность рекламного продукта.
13. Разработка элементов фирменного стиля для педагогических работников
14. Разработка элементов фирменного стиля для медицинских учреждений (объект по выбору студента).
15. Разработка фирменного стиля для спортивных организаций, клубов (объект по выбору студента).
16. Разработка фирменного стиля для общественных организаций (объект по выбору студента).
17. Разработка фирменного стиля для автосалонов (объект по выбору студента).
18. Разработка фирменного стиля для баров, ресторанов (объект по выбору студента).
19. Разработка фирменного стиля для предприятий газовой промышленности (объект по выбору студента).
20. Разработка фирменного стиля для строительных организаций (объект по выбору студента).

21. Разработка фирменного стиля для туристических фирм (объект по выбору студента).
22. Разработка фирменного стиля для специализированных магазинов (объект по выбору студента).
23. Технологии применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в рамках рекламного производства.

5.5. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1-7	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	126
	Подготовка курсовой работы (курсового проекта)	-
1-7	Подготовка к аттестации	26,2

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1-7	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	186
	Подготовка курсовой работы (курсового проекта)	186
1-7	Подготовка к аттестации	8,2

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания, игровые упражнения)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Интерактивные и активные образовательные технологии

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
3.	ПР	Разработка и представление рекламного объявления (по выбору студента)	2
6.	ПР	Составление технического задания на производство конкретного полиграфического заказа и мониторинг рынка полиграфических услуг г. Ставрополе с целью поиска оптимального варианта для выполнения этого заказа.	2
7.	ПР	Разработка рекламного продукта в электронных средствах массовой информации (по выбору студента)	2

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
6.	ПР	Составление технического задания на производство	2

		конкретного полиграфического заказа и мониторинг рынка полиграфических услуг г. Ставрополе с целью поиска оптимального варианта для выполнения этого заказа.	
7.	ПР	Разработка рекламного продукта в электронных средствах массовой информации (по выбору студента)	2

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>.

8.2. Дополнительная литература

1. Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92742.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99228.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Яндекс 360, Google Chrome, Яндекс. Браузер.



8.4. Профессиональные базы данных

База данных рекламы и PR - <http://www.adbusiness.ru/>
Directory of Open Access Journals (DOAJ) - <https://doaj.org/>

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>
Поисковые системы
Поисковая система Яндекс - <https://www.yandex.ru/>
Поисковая система Rambler - <https://www.rambler.ru/>

8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>
Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>
Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>
Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>
Национальная Электронная Библиотека (НЭБ) - <https://нэб.рф>
Онлайн-курсы ведущих вузов страны для студентов - https://www.minobrnauki.gov.ru/common/upload/library/2020/03/Spisok_onlayn-kursov.pdf
Открытый лекторий ученых МГУ - <https://teach-in.ru/>
Открытый образовательный видеопортал UniverTV.ru - <http://univertv.ru/>
Просветительский проект Лекториум - <https://www.lektorium.tv/>
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>
Электронная библиотечная система «КСКИ» - <https://www.sksi.ru/environment/ebs/1363/>
Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/> Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <https://urait.ru/>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Методические указания для подготовки к лекции

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения. При описании закономерностей обращается особое внимание на сравнительный анализ конкретных примеров.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой АНО ВО СКСИ, в том числе ее электронными ресурсами, а также сделает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения практики.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

- общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;
- особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;
- целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;
- временем, отведенным на изучение того или иного материала;
- уровнем подготовленности обучающихся;
- уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, технических средств.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с

карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкуче с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительны, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность опечаток сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Кроме того, изучению должны быть подвергнуты различные источники права, как регламентирующие правоотношения, возникающие в рамках реализации основ права, так и отношения, что определяют реализацию их, либо следуют за ними.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке курсовой работы

Курсовая работа (проект) представляет собой вид учебной и (или) научно-исследовательской работы, проводимой студентами самостоятельно под руководством преподавателя по определенным темам.

Выполнение курсовой работы (проекта) способствует углубленному усвоению учебного материала, систематизации полученных знаний, приобретению специальных навыков, формированию профессиональных компетенций.

Курсовая работа (проект) представляет собой необходимый этап, предшествующий написанию и защите выпускной квалификационной работы.

Тематика курсовых работ разрабатывается преподавателями в соответствии с основным содержанием дисциплины (модуля).

Конкретная тема курсовой работы выбирается студентом из перечня тем по соответствующей дисциплине (модулю). При этом возможна корректировка темы исходя из исследовательских интересов студента.

Студент, по согласованию с преподавателем, может предложить свою тему курсовой работы (проекта).

Курсовая работа (проект) по дисциплине (модулю) учебного плана выполняется в пределах часов, отводимых на ее изучение.

Структура курсовой работы (проекта) должна способствовать всестороннему раскрытию избранной темы, решению поставленных задач, полноценному освещению отдельных вопросов.

Курсовая работа (проект), как правило, состоит из следующих структурных элементов:

А. Титульный лист. Форма титульного листа приведена в приложении 2.

Б. Содержание. Представляет собой перечень глав, параграфов и других рубрик работы с указанием страниц, с которых они начинаются. Названия глав и параграфов должны точно повторять соответствующие заголовки в тексте.

В. Введение. В нём определяются актуальность, научная и практическая значимость темы, показывается степень ее разработанности, то есть тем самым обосновывается выбор темы исследования. Здесь же формулируются цели и задачи работы. Объем введения составляет 2-3 страницы.

Г. Основная часть. Содержит не менее 2-х глав с возможным разделением на параграфы (подразделы).

В первой главе, как правило, раскрывается степень изученности вопроса в отечественной, а при необходимости и в зарубежной теории и практике, представляются различные (в том числе альтернативные) подходы к рассматриваемой проблеме в её современном состоянии. При этом желательно изложить авторский взгляд студента на неё, подходы к её разрешению.

Во второй главе освещаются прикладные аспекты исследуемой в работе проблемы.

Каждая глава, как правило, заканчивается краткими выводами в соответствии с задачами исследования.

Д. Заключение. Содержит краткое резюме, выводы и обобщающие рекомендации по основной части работы. Объем заключения составляет, как правило, 3-4 стр.

Е. Список использованных источников.

Ж. Приложения (если они предусмотрены характером работы).

Конкретные требования к курсовой работе (проекту) излагаются в методических указаниях по выполнению курсовой работы (проекта), являющихся составным элементом разработанной основной образовательной программы по соответствующей специальности или направлению подготовки.

Изложение материала в курсовой работе (проекте) должно быть последовательным и логичным. Все разделы работы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа – от вопроса к вопросу.

Курсовая работа (пояснительная записка курсового проекта) должна быть напечатана одним цветом (как правило, черным) на одной стороне стандартного листа писчей бумаги формата А4 (296x210 мм). При этом используется кегль 14 п., межстрочный интервал – полуторный, гарнитура шрифта – Times New Roman, выравнивание – по ширине. Абзацный отступ должен быть одинаковым во всем тексте работы и составлять 1 см или 1,25 см. Переносы слов в тексте работы не допускаются.

Страницы курсовой работы (пояснительной записки курсового проекта) с рисунками и приложениями должны быть пронумерованы сквозной нумерацией. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами. Первой страницей является титульный лист. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц работы.

Общий объем работы, как правило, должен быть в пределах 30-40 страниц печатного текста (без приложений). Конкретные требования к объему курсовой работы (проекта) устанавливаются в методических указаниях по выполнению курсовой работы (проекта). Работа сшивается в папке-скоросшивателе или переплетается.

Главы, параграфы и пункты (кроме введения, заключения, списка использованных источников и приложений) нумеруются арабскими цифрами с точкой в конце. Главы основной части нумеруются в пределах всей работы, параграфы – в пределах каждой главы, пункты – в пределах каждого параграфа. Номер параграфа состоит из номеров главы и параграфа, разделенных точкой. Номер пункта состоит из номеров главы, параграфа и пункта, разделенных точкой (например: 1.2.1.).

Главы и подразделы должны иметь заголовки, которые призваны чётко и кратко отражать их содержание. Переносы слов в заголовках не допускаются. Заголовки глав, а также слова «Введение», «Заключение», «Список использованных источников» следует располагать по центру строки без точки в конце и писать (печатать) прописными буквами, не подчёркивая. Заголовки подразделов и пунктов следует располагать по центру строки и печатать с прописной буквы, не подчеркивая, без точки в конце.

Каждая новая глава начинается с новой страницы; это же правило относится к другим основным структурным частям работы (введению, заключению, списку использованных источников, приложениям и т.д.). Между названием главы и последующим текстом должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Такое же расстояние выдерживается между заголовками глав и параграфов.

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных и иных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать в список использованных источников. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений, включается в курсовую работу со ссылкой на источник. Наличие в тексте курсовой работы (проекта) ссылок, пусть даже многочисленных, подчёркивает научную добросовестность автора.

Приложение – это часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут быть очень

разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчётных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты. В приложения нельзя включать список использованной литературы, вспомогательные указатели всех видов, справочные комментарии и примечания, которые являются не приложениями к основному тексту, а элементами справочно-сопроводительного аппарата работы, помогающими пользоваться её основным текстом. Приложения оформляются как продолжение курсовой работы на последних её страницах.

Защита курсовой работы – это определение уровня теоретических знаний и практических навыков студента. На защите слушатель кратко излагает основные результаты, полученные в ходе исследования, дает исчерпывающие ответы на замечания научного руководителя и вопросы членов комиссии. На защите студент должен: - свободно ориентироваться в представляемой работе; - знать научные источники и источники количественных показателей; 15 - понимать сущность применяемой методики, её недостатки и достоинства; - уметь обосновать собственные выводы и результаты; - уметь отвечать на вопросы членов комиссии.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме экзамена определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение триместра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно поэтапное освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение триместра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к студентам также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:

- для проведения занятий лекционного типа – учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения занятий семинарского типа - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для групповых консультаций - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.

- для самостоятельной работы обучающихся - аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

по дисциплине «Технологии производства рекламного продукта»

1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Описание показателей оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценивания и оценочные средства для оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиaproдукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиaproдукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем	Знает содержание и структуру медиатекстов, медиaproдуктов, коммуникационных продуктов в рамках рекламного производства.	Устный опрос (вопрос № 1-5, 7-13); Тест (№1)	Устный опрос (вопрос № 1-7, 13-16) Защита курсовой работы (тема № 1-23)
		Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиaproдукты, и (или) коммуникационные продукты.	Практические задания (№ 1, 2, 6)	Практические задания (№ 2, 5) Защита курсовой работы (тема № 1-23)
		Владеет нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем при производстве рекламного продукта.	Практические задания (№ 1, 2)	Практические задания (№ 2, 5) Защита курсовой работы (тема № 1-23)
ОПК- 6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает основные характеристики технического оборудования и программного обеспечения, применяемых при производстве рекламного продукта	Устный опрос (вопрос № 6, 14-19); Тест (№1)	Устный опрос (вопрос № 17-26) Защита курсовой работы (тема № 1-23)
		Умеет отбирать техническое оборудование и программное обеспечение, необходимое для осуществления профессиональной деятельности.	Практические задания (№ 5, 7)	Практические задания (№ 1,6) Защита курсовой работы (тема № 1-23)

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Владеет навыками отбора технического оборудования и программного обеспечения для производства рекламного продукта.	Практические задания (№ 5, 7)	Практические задания (№ 1, 6) Защита курсовой работы (тема № 1-23)
		Знает технологии применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в рамках рекламного производства.	Устный опрос (вопрос № 20-25); Тест (№1)	Устный опрос (вопрос № 8-12, 27-35) Защита курсовой работы (тема № 1-23)
		Умеет применять цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания коммуникационных продуктов.	Практические задания (№ 3, 4)	Практические задания (№ 3, 4) Защита курсовой работы (тема № 1-23)
		Владеет навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в процессе производства рекламного продукта	Практические задания (№ 3, 4)	Практические задания (№ 3, 4) Защита курсовой работы (тема № 1-23)
Знания, умения, навыки ПК-1, ПК-2				Защита курсовой работы Экзамен

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

Процедура оценивания происходит с использованием метода тестирования, оценки практических заданий, уровня подготовки студента при ответе на устном опросе.

Методическое описание подготовки и проведения тестирования

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного опроса

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Постоянный текущий контроль (после изучения каждой темы) позволяет обучающемуся систематизировать знания в разрезе отдельных тем дисциплины.

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях.

Методическое описание подготовки и проведения тестирования

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного опроса

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения презентаций

Темы презентаций предлагает преподаватель, студент может предложить свой вариант темы (обговаривается и согласовывается с преподавателем). Преподаватель определяет вид работы: индивидуальная или групповая. Результаты презентации оценивает преподаватель, могут быть привлечены студенты в рамках самооценки.

Список тем презентаций, а также критерии и шкала их оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Защита курсовой работы – это форма промежуточной аттестации, которая выполняется с целью усвоения и закрепления практических умений и знаний, овладения профессиональными компетенциями.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия предполагает устную форму ответов обучающегося на вопросы, задаваемые преподавателем по теме работы. По усмотрению преподавателя процедура защиты курсовой работы может носить характер двустороннего взаимодействия (преподаватель – студент), а может быть и публичной, происходить в студенческой группе.

На защите обучающийся должен кратко изложить содержание своей работы, поставленные в ней проблемы, привести сведения об источниках, на основе которых она написана. Обучающийся должен заранее продумать ответы на наиболее общие вопросы, которые могут быть заданы, а также на специальные вопросы, относящиеся конкретно к теме исследования.

Критериями оценки курсовой работы являются:

- соответствие содержания теме работы (адекватность пунктов плана задачам курсового исследования, строгость подбора материала для обоснования доказательности суждений);
- полнота раскрытия темы (раскрытие каждого вопроса плана, наличие теоретического и практического материала и т.п.);
- самостоятельность написания (умение сопоставлять и анализировать научные подходы и идеи; излагать собственную точку зрения; делать выводы и обобщения);
- использование источников (наличие учебного, монографического материала, практики);
- соблюдение правил оформления, структуры работы, содержательных элементов (логичность, последовательность, ясность изложения; грамотность исследования профессиональных терминов; соответствие объему; наличие сносок, грамотность цитирования; наличие плана, введения, содержательной части, заключительной части и списка литературы)

компетентность в области избранной темы (глубина и точность ответов на вопросы, замечания и рекомендации во время защиты курсовой работы).

Перечень тем курсовых работ приведен в пункте 5.4., критерии и шкала оценки приведены в п.3.5 Фонда оценочных средств.

Студентами очной формы обучения курсовая работа (проект) сдается на кафедру не позднее чем за неделю до ее защиты. Студенты заочной форм обучения сдают работу (проект) на кафедру до начала промежуточной аттестации (зачетно-экзаменационной сессии).

Аттестация студента очной формы обучения по курсовой работе (проекту) должна быть проведена до начала экзаменационной сессии. Аттестация студента заочной формы обучения по курсовой работе (проекту) должна быть проведена до экзамена по соответствующей дисциплине (модулю).

Формой аттестации студента по курсовому проекту является дифференцированный зачет. По результатам защиты студенту выставляется оценка («неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). Курсовая работа (проект) публично защищается перед преподавателем и в присутствии студентов, каждый из которых имеет право задавать вопросы по существу работы.

Аттестация студента по курсовой работе (проекту) производится в виде ее защиты.

Технология описание подготовки и проведения защиты курсовой работы приведены в методических указаниях по подготовке курсовой работы.

Экзамен – это форма промежуточной аттестации по дисциплине, задачей которой является комплексная оценка уровня достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: собеседование преподавателя со студентами по вопросу экзаменационного билета и решения практических заданий.

Билет к экзамену содержит 2 вопроса из перечня вопросов, а также практическое задание, приведенные в п. 3.6.

Вопросы к экзамену и варианты практических заданий доводятся до сведения студентов заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

Время на подготовку ответа – до 30 минут.

По истечении времени подготовки ответа, студент отвечает на вопросы экзаменационного билета. На ответ студента по каждому вопросу билета отводится, как правило, 3-5 минут.

После ответа студента преподаватель может задать дополнительные (уточняющие) вопросы или решение практико-ориентированных заданий в пределах предметной области экзаменационного задания.

После окончания ответа преподаватель объявляет обучающемуся оценку по результатам экзамена, а также вносит эту оценку в экзаменационную ведомость, зачетную книжку.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценочные средства, критерии и шкала оценки **Типовые задания для текущего контроля успеваемости**

3.1. Перечень типовых тестовых заданий

Тест № 1

1. Классификация рекламных услуг по функциональному назначению в значительной степени детализируется выделением рекламных продуктов, медиапродуктов, услуг:

- а) для государственных
- б) для бизнес-сообществ
- в) услуги для корпораций, ведомств и общественных организаций
- г) услуги имиджевой, коммерческой (торгово-розничной) рекламы для больших масс потребителей
- д) индивидуальные рекламные услуги
- е) все ответы верны

2. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании нового товара?

- а) схема для обычного цикла приобретения
- б) схема «обратный клин»
- в) схема осведомленности
- г) схема сезонного опережения

3. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании уже известного на рынке товара?

- а) блиц-схема
- б) схема «быстрая мода»
- в) схема переменного охвата
- г) клинообразная схема.

4. Выберите верное определение: малоформатное нефальцованное или одногибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

- а) листовка
- б) плакат
- в) буклет
- г) проспект

5. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?

- а) товарная реклама
- б) престижная реклама
- в) информативная реклама
- г) увещательная реклама

6. Процесс создания рекламного продукта включает в себя такое количество действий:

- а) 10
- б) 6
- в) 8
- г) 12

7. Выберите верное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это:

- а) проспект
- б) буклет
- в) листовка
- г) плакат

8. Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера с использованием **технического оборудования и программного обеспечения – это:**

- а) радиожурнал

- б) радиоролик
- в) радиообъявление
- г) радиорепортаж

9. Рекламно-информационное письмо относится к:

- а) рекламным материалам
- б) почтовой рекламе
- в) рекламным сувенирам
- г) наружной рекламе

10. Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев – это:

- а) фирменные упаковочные материалы
- б) фирменные сувенирные изделия
- в) подарочные изделия
- г) серийные сувенирные изделия

11. Рекламные услуги по типу оказывающих их субъектов могут быть:

- а) прямые услуги
- б) посреднические (в том числе дистрибьюторские) услуги, которые могут оказывать самые различные юридические или физические лица
- в) консультационные (консалтинговые, инжиниринговые) услуги
- г) информационные услуги;
- д) исследовательские услуги
- е) все ответы верны

12. Классификация (рейтингование) рекламных услуг по степени выраженности их основных свойств включает в себя:

- а) рейтинги осязаемости
- б) рейтинги степени отделимости от источника услуг
- в) рейтинг непостоянства качества
- г) уровень сохраняемости (несохраняемости)
- е) все ответы верны

13. Классификация по признаку конечности использования рекламных услуг может включать услуги:

- а) окончательно утрачивающие свои свойства в результате использования
- б) предусматривающие более чем одноразовое использование
- в) услуги, обеспечивающие долговременное воздействие
- г) легитимные услуги, а также реклама услуг, не учтенных в законодательстве (product placement)
- д) нелегитимные услуги

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

3.2. Перечень типовых практических заданий

Задание 1.

Проанализируйте рынок услуг по разработке рекламных продуктов, медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в г. Ставрополя. По результатам подготовьте доклад. Составьте креативный бриф для разработки рекламной компании конкретной торговой марки/предприятия. Сделайте подборку образцов рекламы, содержащей образы-вампиры.

Задание 2.

Определите стиль и структуру рекламного текста для предоставленных преподавателем образцов. Проанализируйте содержание и оформление текста рекламного сообщения, его соответствие нормам русского языка, определите элементы, нуждающиеся в корректировке, и предложите свои варианты изменений.

Задание 3.

Проанализируйте цветовое решение образцов рекламы и определите его коммуникационную эффективность. Проанализируйте композиционное и иллюстративное решения конкретных рекламных обращений и определите их коммуникационную эффективность. Сделайте подборку рекламных обращений различных форматов одного рекламодателя и проанализируйте как используются элементы фирменного стиля на различных носителях.

Задание 4.

Определите, какие виды брошюровочно-переплетных и отделочных процессов были использованы при создании образцов конкретной рекламной полиграфии, какие современных цифровые устройства, платформы и программное обеспечение применялись в рамках рекламного производства. Определите, какие виды брошюровочно-переплетных и отделочных процессов необходимы для решения конкретной задачи.

Задание 5.

Определите характеристики конкретных запечатываемых материалов для образцов. Какое техническое оборудование и программное обеспечение необходимы для их производства. Определите, какие запечатываемые материалы оптимальны для решения выбранной задачи.

Задание 6.

Найдите примеры рекламных обращений с удачным и неудачным использованием уникального торгового предложения. Сделайте подборку образцов рекламы, в которых используются приемы повышения коммуникационной эффективности, и определите, где их использование действительно способствует увеличению эффективности рекламы, а где наоборот.

Задание 7.

Определите характер конкретных образцов рекламной полиграфической продукции изображений: их формулу цвета, формат и вид. Какое техническое оборудование и программное обеспечение необходимы для их производства?

Критерии и шкала оценки практических заданий

Оценка	Характеристики ответа
Отлично	Задание выполнено правильно и верно. Продемонстрировано глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта. Студент прогнозировал возможные проблемы, и несколько альтернативных вариантов их решения. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Делаются содержательные выводы. Продемонстрирована способность вовлечения максимального числа участников в дискуссию.
Хорошо	Задание выполнено. Продемонстрировано достаточно полное раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта. Студент прогнозировал возможные проблемы, и несколько альтернативных вариантов их решения. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Делаются достаточно содержательные выводы. Продемонстрирована способность вовлечения участников в обсуждение дискуссионных вопросов.
Удовлетворительно	Задание выполнено. Продемонстрировано недостаточно полное раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта. Студент прогнозировал недостаточно возможных проблем альтернативных вариантов их решения. Недостаточно делаются выводы. Студент не демонстрирует способность вовлечения участников в обсуждение дискуссионных вопросов.
Неудовлетворительно	Задание не выполнено. Не продемонстрировано раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта. Студент не прогнозировал возможные проблемы и альтернативные варианты их решения. Выводы отсутствуют. Студент не готов к сотрудничеству, не способен к вовлечению участников в обсуждение дискуссионных вопросов.

3.3. Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Различия индивидуального и массового восприятия медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов рекламы.
2. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации.
3. Теория уникального торгового предложения (УТП).
4. Рекламная концепция и рекламная идея.
5. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции.
6. Основные характеристики технического оборудования и программного обеспечения в производстве рекламного продукта.
7. Семантическая структура рекламного продукта.

8. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного продукта.
9. Этапы творческого процесса создания рекламы.
10. Творческая стратегия и ее компоненты.
11. Рекламные формулы.
12. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм.
13. Разработка стратегии рекламного текста.
14. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.
15. Экспертная система ВААЛ и ее использование при разработке рекламного текста.
16. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте.
17. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы (вид рекламы по выбору студента).
18. Художественное оформление, дизайн и редактирование в рекламе.
19. Художественный креатив в создании рекламного объявления.
20. Визуальные средства рекламы: назначение и выбор, технические методы.
21. Виды упаковок, конструирование упаковки и условия ее изменения.
22. Производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации (СМИ по выбору студента).
23. Производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации (СМИ по выбору студента).
24. Производство рекламного продукта для сети Интернет.
25. Технологии применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в рекламном производстве.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Характеристики ответа
Отлично	Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем технологий производства рекламного продукта используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	Хорошо ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание развития технологий производства рекламного продукта; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

Типовые задания для промежуточной аттестации

3.4. Темы для написания курсовой работы (курсового проекта)

1. Ведущие зарубежные и отечественные криейторы в области рекламы.
2. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе.
3. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции в СКФО.
4. Специфика создания телевизионной рекламы и кинорекламы.
5. Специфика оформления упаковки товара на предприятиях Ставропольского края.
6. Преимущества изображения и преимущества текста в рекламном производстве.
7. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм.
8. Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного продукта.

9. Критерии и методы оценки социально-психологической эффективности рекламного продукта.
10. Критерии и методы оценки маркетинговой и коммуникативной эффективности рекламного продукта.
11. Социальная этика, правовые нормы и оценка рекламного продукта.
12. Эффективность рекламной кампании и эффективность рекламного продукта.
13. Разработка элементов фирменного стиля для педагогических работников
14. Разработка элементов фирменного стиля для медицинских учреждений (объект по выбору студента).
15. Разработка фирменного стиля для спортивных организаций, клубов (объект по выбору студента).
16. Разработка фирменного стиля для общественных организаций (объект по выбору студента).
17. Разработка фирменного стиля для автосалонов (объект по выбору студента).
18. Разработка фирменного стиля для баров, ресторанов (объект по выбору студента).
19. Разработка фирменного стиля для предприятий газовой промышленности (объект по выбору студента).
20. Разработка фирменного стиля для строительных организаций (объект по выбору студента).
21. Разработка фирменного стиля для туристических фирм (объект по выбору студента).
22. Разработка фирменного стиля для специализированных магазинов (объект по выбору студента).
23. Технологии применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в рамках рекламного производства.

Критерии и шкала оценки курсовой работы

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если тема раскрыта глубоко, всесторонне, в соответствии с поставленными задачами; грамотно обоснована её проблематика; перечень использованных источников является достаточным для раскрытия темы, в обзоре источников содержится обстоятельная обобщенная характеристика достижений науки в рассматриваемой области, вскрыты существующие проблемы и противоречия; практическая часть выполнена грамотно, в полном объеме использованы рекомендуемые преподавателем методы и методики работы; в выводах и рекомендациях полно и правильно определены теоретические позиции и результаты личного исследования; соблюдены требования логики и ясности изложения; с помощью приложений конкретизируется содержание, раскрывается личный опыт деятельности автора; оформление соответствует всем требованиям.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, при выполнении вышеназванных требований имеются отдельные недочеты.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если курсовая работа раскрывает тему в соответствии с приведенными критериями, но в освещении отдельных вопросов и выполнении требований автором допущены некоторые ошибки и неточности (нарушение логики, неполнота или ошибочность анализа и выводов, недостаточность используемых источников, неточности в их обзоре, некритические ошибки в выполнении практической части, нарушение требований оформления и др.).

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если отсутствует в работе один из основных разделов; если имеются существенные неточности и несогласования в изложении материала; если допущены грубые ошибки в описательной и практической частях работы; если работа выполнена не самостоятельно, а просто механически (компилятивно) переписана из источников; если обучающийся на защите не владеет материалом, не в состоянии ответить на большинство заданных по существу работы вопросов.

3.5 Контрольные вопросы для устного ответа и перечень практических заданий на экзамене

3.5.1 Перечень практических заданий

Задание 1.

Охарактеризуйте предложенные образцы рекламной полиграфической продукции по следующим параметрам:

- формула цвета,
- формат
- вид.

Какое техническое оборудование и программное обеспечение необходимо использовать для их производства?

Задание 2.

Проанализируйте тенденции медиатекстов, медиапродуктов и рынок коммуникационных продуктов и услуг по разработке рекламных продуктов г. Ставрополя. На основе проведенного анализа, составьте типовой креативный бриф для разработки рекламной компании конкретной торговой марки/предприятия на ваш выбор.

Задание 3.

Проанализируйте цветовое, композиционное и иллюстративное решение предложенных образцов рекламы, определите их коммуникационную эффективность. Сделайте подборку рекламных обращений

различных форматов одного рекламодателя и проанализируйте как используются элементы фирменного стиля на различных носителях.

Задание 4.

Определите, какие виды брошюровочно-переплетных и отделочных процессов были использованы при создании образцов конкретной рекламной полиграфии, какие современных цифровые устройства, платформы и программное обеспечение применялись в рамках рекламного производства. Определите, какие виды брошюровочно-переплетных и отделочных процессов необходимы для решения конкретной задачи.

Задание 5.

Определите стиль и структуру рекламного текста для предоставленных преподавателем образцов. Проанализируйте содержание и оформление текста рекламного сообщения, его соответствие нормам русского языка, определите элементы, нуждающиеся в корректировке, и предложите свои варианты изменений.

Задание 6.

Определите характеристики конкретных запечатываемых материалов для образцов. Какое техническое оборудование и программное обеспечение необходимы для их производства. Определите, какие запечатываемые материалы оптимальны для решения выбранной задачи.

3.5.2 Контрольные вопросы для устного опроса на экзамене

1. Содержание и структуру медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в рамках рекламного производства.
2. Различия индивидуального и массового восприятия.
3. Эффекты Миллера, Мильштейна. Зависимость Зильске.
4. Имидж и стереотипы в рекламе.
5. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации.
6. Проблема адекватности формы и содержания особенностям индивидуального восприятия.
7. Теория уникального торгового предложения (УТП).
8. Технологии применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения в рекламном производстве.
9. Рекламная концепция и рекламная идея.
10. Форма, содержание и структура рекламного обращения.
11. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции.
12. Представительные модели коммуникации (К. Бюлер, Р. Якобсон, Г. Лассуэл).
13. Реклама как семиотическая система.
14. Семантическая структура рекламного продукта.
15. Семиотические модели в рекламе.
16. Семиотический анализ рекламного продукта.
17. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного продукта.
18. Этапы творческого процесса создания рекламы.
19. Творческая стратегия и ее компоненты.
20. Рекламные формулы.
21. Основные характеристики технического оборудования и программного обеспечения в производстве рекламного продукта.
22. Разработка стратегии рекламного текста.
23. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях.
24. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе.
25. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.
26. Экспертная система ВААЛ и ее использование при разработке рекламного текста.
27. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте.
28. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы (вид рекламы по выбору студента).
29. Художественное оформление, дизайн и редактирование в рекламе.
30. Художественный креатив в создании рекламного объявления.
31. Визуальные средства рекламы: назначение и выбор, технические методы.
32. Виды упаковок, конструирование упаковки и условия ее изменения.
33. Производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации (СМИ по выбору студента).
34. Производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации (СМИ по выбору студента).
35. Производство рекламного продукта для сети Интернет.

Критерии и шкала оценки экзамена по дисциплине

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; обучающийся свободно владеет научной терминологией; ответ структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их

	авторов по вопросу билета; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; обучающийся демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся, демонстрирует умение свободно выполнять практическое задание; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных.
Хорошо	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, обучающийся способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; обучающийся не может назвать авторов той или иной теории по вопросу билета; ответ прозвучал недостаточно уверенно; обучающийся не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики. Обучающийся демонстрирует умение успешно выполнить задание, при этом допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы.
Удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программный материал в основном излагается, но допущены фактические ошибки; обучающийся не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; обучающийся не может привести пример для иллюстрации теоретического положения; отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у обучающегося отсутствуют представления о межпредметных связях. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, выводы не обоснованы.
Неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обнаружено незнание или непонимание предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые обучающийся не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена обучающийся затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Технологии производства рекламного продукта»
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024 учебный год



ТВЕРЖДАЮ

Декан социально-психологического факультета

Т.В. Поштарева

«19» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=l6yr3dpf27651016965

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>


Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>

Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>


Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ
«19» мая 2023 г. протокол № 9

Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова
«19» мая 2023 г. протокол № 9