

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

Утверждаю
Декан факультета
_____ Т.В.Поштарева
«15» мая 2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Разработка и реализация проекта»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, очно-заочная, заочная
Год начала подготовки – 2026

Разработана
канд. филол. наук доцент кафедры СГД
_____ О.А. Двоенко

Согласована
зав. выпускающей кафедры СГД
_____ Е.В. Смирнова

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «15» мая 2026 г.
протокол № 13
Зав. кафедрой _____ Е.В. Смирнова

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «15» мая 2026г.
протокол № 9
Председатель УМК
_____ Т. В. Поштарева

Ставрополь, 2026 г.

Содержание

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

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Разработка и реализация проекта» являются:

- формирование у обучающихся представлений о содержании и структуре социального или рекламного проекта;
- формирование у обучающихся целостного представления о проектной деятельности;
- развитие способности к разработке и реализации рекламного проекта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Разработка и реализация проекта» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений - элективные дисциплины (модули)(Б.1.ДВ.1) ОПОП 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)
Основы рекламы и PR	Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг
	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
	Технологии производства рекламного продукта
	Профессионально-ознакомительная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность задач в рамках поставленной цели	Знает совокупность задач в рамках поставленной цели в сфере проектной деятельности Умеет распределять задачи в процессе разработки и реализации рекламного проекта Владеет навыками координации работы в процессе разработки и реализации рекламного проекта
	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Знает способы решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм в сфере проектной деятельности Умеет определить оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм в процессе разработки и реализации рекламного проекта Владеет способами решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм в процессе разработки и реализации рекламного проекта

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		10
Контактная работа (всего)	40,2	40,2

в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	20
из них		
– лекции	20	20
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20
из них		
– семинары (С)	10	10
– практические занятия (ПР)	10	10
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего) (СР)	103,8	103,8
в том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
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.)	100	100
Подготовка к аттестации	3,8	3,8
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		11
Контактная работа (всего)	20,2	20,2
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	10
из них		
– лекции	10	10
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	10	10
из них		
– семинары (С)		
– практические занятия (ПР)	10	10
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего) (СР)	123,8	123,8
в том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
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.)	120	120
Подготовка к аттестации	3,8	3,8
Общий объем, час	144	144

Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет
--------------------------------	-------	-------

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		11
Контактная работа (всего)	14,2	14,2
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	6	6
из них		
– лекции	6	6
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	8	8
из них		
– семинары (С)		
– практические занятия (ПР)	8	8
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего) (СР)	129,8	129,8
в том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
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	3,8	3,8
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Наружная реклама	Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента. Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные столы, транспортная реклама. Технологии создания наружной рекламы.
2.	Производство печатной продукции	Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами. Виды принтеров. Виды бумаги и фотобумаги, их назначение. Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати. Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор. Авторская печатная форма. Подготовка макетов для печати. Выбор бумаги для печати. Теоретические основы организации и реализации редакторской деятельности. Анализ текстов в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации.

3.	Рекламная сувенирная продукция	Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки корпоративные значки. Технологии их создания: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос. Анализ – психологическое воздействие потребителей на готовую сувенирную рекламную продукцию. Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей.
4.	Режиссура рекламного клипа	Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Авторский и режиссёрский сценарий. Жанровотематические особенности рекламных видеоматериалов. Специфика создания каждого из них. Теоретические основы управления коллективом и организацией в сфере рекламы. Деловое общение и деловая коммуникация.
5.	Рекламное портфолио	Создание авторских кистей, фонов, шрифтов для создания рекламной продукции. Обработка фотографий под рекламную продукцию: рекламный плакат, концертная афиша, обложка журнала, поздравительная открытка.

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПП	ЛР	СР
1.	Наружная реклама	28	2	2	2	-	22
2.	Производство печатной продукции	30	2	2	2	-	24
3.	Рекламная сувенирная продукция	30	2	2	2	-	24
4.	Режиссура рекламного клипа	28	2	2	2	-	22
5.	Рекламное портфолио	28	2	2	2	-	22
	<i>Общий объем</i>	<i>144</i>	<i>20</i>	<i>10</i>	<i>10</i>	<i>-</i>	<i>104</i>

Очно-заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПП	ЛР	СР
1.	Наружная реклама	28	2	-	2	-	24
2.	Производство печатной продукции	28	2	-	2	-	24
3.	Рекламная сувенирная продукция	28	2	-	2	-	24
4.	Режиссура рекламного клипа	28	2	-	2	-	24
5.	Рекламное портфолио	28	2	-	2	-	24
6.	<i>Промежуточная аттестация</i>	<i>0,3</i>					
7.	<i>Подготовка к аттестации</i>	<i>3,7</i>					
	<i>Общий объем</i>	<i>144</i>	<i>10</i>	<i>-</i>	<i>10</i>	<i>-</i>	<i>120</i>

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПП	ЛР	СР
1.	Наружная реклама	28	2	-	-	-	26
2.	Производство печатной продукции	28	2		2	-	24
3.	Рекламная сувенирная продукция	28	-	-	2	-	26
4.	Режиссура рекламного клипа	28	-	-	2	-	26

5.	Рекламное портфолио	28	2	-	2	-	24
	<i>Промежуточная аттестация</i>	<i>0,3</i>					
	<i>Подготовка к аттестации</i>	<i>3,7</i>					
	<i>Общий объем</i>	<i>144</i>	<i>6</i>		<i>8</i>	<i>-</i>	<i>126</i>

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1	С, ПР	Наружная реклама	2/2
2.	2	С, ПР	Производство печатной продукции	2/2
3.	3	С, ПР	Рекламная сувенирная продукция	2/2
4.	4	С, ПР	Режиссура рекламного клипа	2/2
5.	5	С, ПР	Рекламное портфолио	2/2
			Общий объем	10/10

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1	ПР	Наружная реклама	2
2.	2	ПР	Производство печатной продукции	2
3.	3	ПР	Рекламная сувенирная продукция	2
4.	4	ПР	Режиссура рекламного клипа	2
5.	5	ПР	Рекламное портфолио	2
			Общий объем	10

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	2	ПР	Производство печатной продукции	2
2.	3	ПР	Рекламная сувенирная продукция	2
3.	4	ПР	Режиссура рекламного клипа	2
4.	5	ПР	Рекламное портфолио	2
			Общий объем	8

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа) *Не предусмотрен*

5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов		
		ОФО	ОЗФО	ЗФО
1-5	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов.	104	120	126
1-5	Подготовка к аттестации	-	4	3,7

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания).

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

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	ОФО	ОЗФО	ЗФО
2.	ПР	Практические задания	2	2	2
5	ПР	Практические задания	2	2	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ОЗФО	Количество часов ЗФО
2	ПР	Разработать печатную рекламную продукцию	2	2	2
3	ПР	Разработать рекламную сувенирную продукцию	2	2	2
4	ПР	Разработать режиссерский сценарий рекламного клипа			
5	ПР	Разработать наружную рекламу для института (или разработать рекламную печатную продукцию для института) (по выбору студента)	2	2	2

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

Типовые контрольные вопросы для устного опроса

1. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента в рекламе.
2. Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.
3. Виды принтеров. Виды бумаги и фотобумаги, их назначение.
4. Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор. Авторская печатная форма. Подготовка макетов для печати. Выбор бумаги для печати.
5. Технологии их создания: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.
6. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами для создания рекламных роликов
7. Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей.
8. Жанрово-тематические особенности рекламных видеоматериалов. Специфика создания каждого из них.
9. Обработка фотографий под рекламную продукцию: рекламный плакат, концертная афиша, обложка журнала, поздравительная открытка.
10. Теоретические основы управления коллективом и организацией в сфере рекламы.

11. Теоретические основы организации и реализации редакторской деятельности.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса 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	<i>Хорошо</i> 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 <i>удовлетворительном</i> 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; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает 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 тестовые задания

Задание №1 Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ
Текст задания:

Эмоциональная аргументация при обмене деловой информацией в устной и письменной

формах представляет собой:

- 1) обращение к эмоциям и основным мотивам;
- 2) подача аргумента как факта, аксиомы;
- 3) частичное изменение мнения потребителя в пользу товара;
- 4) факты, статистические данные, логические определения, ссылки на законы и другие нормативные акты, аксиомы.

Задание №2 Задание закрытого типа с выбором нескольких верных ответов из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ
Текст задания:

К характеристикам слогана НЕ относится:

- 1) слоган является базовой константой рекламной кампании;
- 2) слоган может существовать изолированно;
- 3) слоган должен зацепить личный интерес человек;
- 4) слоган должен стимулировать клиента совершить покупку.

Задание №3 Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Текст задания:

Уникальное торговое предложение, с точки зрения оценки значимости и приоритетности информации, – это:

- 1) отличительное свойство товара;
- 2) потребительское преимущество товара перед конкурентами;
- 3) позиционирование компании, её товаров и услуг;
- 4) конкретное коммерческое предложение, стимулирующее клиента совершить покупку.

Критерии и шкала оценки

Оценивается количество правильных ответов

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% - «удовлетворительно»

71-85% - «хорошо»

86-100% «отлично»

Критерии и шкала оценки выполнения тестовых заданий

Указания по оцениванию	Результат оценивания (баллы, полученные за выполнение задания)
Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	полное совпадение с верным ответом – 1 балл; неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.
Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	полное совпадение с верным ответом – 1 балл; допущены ошибки в ответе или ответ отсутствует – 0 баллов.
Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных считается верным, если правильно указана цифра	полное совпадение с верным ответом – 1 балл; неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.
Задание закрытого типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных считается верным, если правильно указаны цифры	полное совпадение с верным ответом – 1 балл; допущены ошибки в ответе или ответ отсутствует – 0 баллов
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана цифра и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	полное совпадение с верным ответом – 1 балл; неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	полное совпадение с верным ответом – 1 балл; допущены ошибки в ответе или ответ отсутствует – 0 баллов
Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание – 3 балла; Допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но неполный – 1 балл; Допущено более одной ошибки/ ответ неправильный/ ответ отсутствует –

Типовые задания для промежуточной аттестации**Перечень типовых контрольных вопросов**

1. Анализ – психологическое воздействие потребителей на готовую сувенирную рекламную продукцию.
2. Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Авторский и режиссёрский сценарий.
3. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами для создания рекламных роликов
4. Организация и управление процессом создания рекламного продукта.
5. Схема анализа текстов в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации.
6. Организация и управление процессом создания рекламного продукта.
7. Что собой представляет рекламная продукция наружной рекламы.
8. Технологии создания наружной рекламы
9. Способы печати рекламной продукции:
10. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента в рекламе
11. Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки корпоративные значки.

Критерии и шкала оценки зачёта по дисциплине

	Критерии оценки
«Зачтено»	выставляется, если студент получил оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и/или «зачтено» за 80% и более семинаров и практических работ.
«Незачтено»	выставляется, если студент получил оценки «неудовлетворительно» и/или «зачтено» за менее чем 80% семинаров и практических работ.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**8.1. Основная литература**

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583815>

2. Кольшклина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для вузов / Т. Б. Кольшклина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586868>

8.2. Дополнительная литература

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. —

418 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21622-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582993>

2. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21187-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585984>



8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows

Microsoft Office Professional Plus 2019

Консультант-Плюс

Антивирус

Google Chrome

Яндекс.Браузер

PDF24 Creator

8.4. Профессиональные базы данных

Directory of Open Access Journals (DOAJ) - <https://doaj.org/>

8.5. Информационные справочные системы

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

Поисковые системы

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

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

Поисковая система Rambler - <http://www.rambler.ru>

8.6. Интернет-ресурсы

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Образовательная платформа ЮРАЙТ - <https://urait.ru/>

Цифровой образовательный ресурс IPRsmart - <https://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/Environment/EbsSksi>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Методические рекомендации по ведению конспектов лекций

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача студента на лекции – одновременно слушать преподавателя, анализировать и конспектировать информацию. При этом как свидетельствует практика, не нужно стремиться вести дословную запись. Таким образом, лекцию преподавателя можно конспектировать, при этом важно не только внимательно слушать лектора, но и выделять наиболее важную информацию и сокращенно записывать ее. При этом одно и то же содержание фиксируется в сознании четыре раза: во-первых, при самом слушании; во-вторых, когда

выделяется главная мысль; в-третьих, когда подыскивается обобщающая фраза, и, наконец, при записи. Материал запоминается более полно, точно и прочно.

Хороший конспект – залог четких ответов на занятиях, хорошего выполнения устных опросов, самостоятельных и контрольных работ. Значимость конспектирования на лекционных занятиях несомненна. Проверено, что составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации. Для экономии времени, перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала

Конспект помогает не только лучше усваивать материал на лекции, он оказывается незаменим при подготовке экзамену. Следовательно, студенту в дальнейшем важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты культурологической идеи были выделены графически, а главную информацию следует выделять в самостоятельные абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для заметок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии.

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 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 вкупе 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 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 относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические рекомендации 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 итоговому 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 решению ситуационных задач (кейсов)

Ситуационные задачи - это задачи, позволяющие осваивать интеллектуальные операции последовательно в процессе работы с информацией: ознакомление - понимание - применение - анализ - синтез - оценка.

Специфика ситуационной задачи в том, что она носит ярко выраженный практикоориентированный и интегративный характер, но для ее решения необходимо конкретное предметное знание.

1. Вначале внимательно прочитайте всю информацию, изложенную в задаче, чтобы составить целостное представление о ситуации.

2. Еще раз внимательно прочитайте информацию. Выделите те абзацы, которые кажутся вам наиболее важными.

3. Постарайтесь сначала в устной форме охарактеризовать ситуацию. Определите, в чем ее суть, что имеет первостепенное значение, а что - второстепенное. Потом письменно зафиксируйте выводы.

4. Зафиксируйте все факты, которые относятся к этой проблеме, (и те, которые изложены в ситуации, и те, которые вам известны из литературных источников и собственного опыта) в письменном виде. Так вы облегчите нахождение взаимосвязей между явлениями, которые описывает ситуация

5. Сформулируйте основные положения решения, которое, на ваш взгляд, необходимо принять относительно изложенной проблемы

6. Попытайтесь найти альтернативные варианты решения проблемы, если такие существуют

7. Разработайте перечень практических мероприятий по реализации вашего решения. Попробуйте определить достоверность достижения успеха в случае принятия предложенного вами решения 8. Изложите результаты решения задачи в письменной форме.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения лекционных и практических занятий используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, компьютером или ноутбуком.

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки (электронно-библиотечные системы - <http://www.iprbookshop.ru/> <https://urait.ruhttps://sksi.ru/Environment/EbsSksi>).

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, оказывающего студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать 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, оказывающего студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать 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