

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

Утверждаю
Декан СПФ
_____ Т.В. Поштарева

«28» октября 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Инновации в рекламной деятельности»

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 – 2019

Разработана
д-р истор. наук, доцент, доцент
кафедры СГД
_____ Н. В. Овсянникова

Согласована
Заведующий кафедрой СГД
_____ Т.В. Поштарева

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «28» октября 2020 г.
протокол № 3
_____ Т.В. Поштарева

Одобрена
на заседании учебно-
методической
комиссии СПФ
от «28» октября 2020 г.
протокол № 2
Председатель УМК
_____ Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2020 г.

Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ООП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	6
5.3. Занятия семинарского типа	7
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	7
5.5. Самостоятельная работа	7
6. Образовательные технологии	7
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	8
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	8
8.1. Основная литература	8
8.2. Дополнительная литература	8
8.3. Программное обеспечение	9
8.4. Профессиональные базы данных	9
8.5. Информационные справочные системы	9
8.6. Интернет-ресурсы	9
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	9
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	15
Приложение	16
Дополнения и изменения в рабочей программе	26

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Инновации в рекламной деятельности» являются:

- изучение основ рекламного дела и формирование системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность в сфере связей с общественностью и перспективы ее развития;
- формирование знаний, умений и навыков в области организации рекламной деятельности в сфере связей с общественностью;
- развитие навыков организации и управления рекламной деятельностью с учетом особенностей регионального рынка рекламы и конкретного предприятия/фирмы (товара/услуги).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Инновации в рекламной деятельности» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.2.) ООП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Требования к входным знаниям, умениям и навыкам обучающихся при освоении данной дисциплины: студенты должны знать основы интегрированных коммуникаций и креатива в рекламе, уметь использовать приемы брендинга и имиджевых стратегий в рекламе и PR, PR-поддержки и сопровождения рекламной кампании.

Приобретенные в ходе изучения данной дисциплины теоретические знания должны быть закреплены студентами при прохождении соответствующих дисциплин и видов практики.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Креатив в рекламе	Разработка и проведение рекламной кампании
Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании	Технологии производства рекламного продукта
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Маркетинг в рекламе и PR
Производственная практика	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень)	Планируемые результаты обучения на данном этапе формирования 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	Знать действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения рекламной деятельности в рамках инноваций
	Уметь определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
ПК-2 Способен распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Знать понятие и способы распространения коммуникационного продукта в рамках инноваций
	Уметь распространять коммуникационный продукт с помощью различных каналов коммуникации
	Владеть навыками осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) в рамках инноваций

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		А
Контактная работа (всего)	42,5	42,5
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	10
из них	-	-
- лекции	10	10

2) занятия семинарского типа (ПЗ)	30	30
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	30	30
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
Самостоятельная работа (всего) (СР)	137,5	137,5
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.)	111	111
Подготовка к аттестации	26,5	26,5
Общий объем, час	180	180
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		Б
Контактная работа (всего)	16,5	16,5
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	8	8
из них	-	-
- лекции	8	8
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	0,5	0,5
Самостоятельная работа (всего) (СР)	163,5	163,5
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.)	155	155
Подготовка к аттестации	8,5	8,5

Общий объем, час	180	180
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Основные понятия инновационной деятельности	<p>Предмет и задачи курса. Связь со смежными дисциплинами. Основные понятия инновационного менеджмента. Циклическое развитие экономики. Исследования Н.Д. Кондратьева, Й. Шумпетера. Технологические уклады развития. Понятие и содержание инновационных процессов. Классификация инноваций. Инновационные процессы. Жизненный цикл и функции инноваций. Оценка эффективности инноваций. Инновационная деятельность в рекламе.</p> <p>Виды инноваций и их классификация. По признаку возникновения инноваций выделяются две группы: защитные и стратегические. По предмету и сфере применения инноваций: продуктовые (инновационные продукты и материалы); рыночные (инновационные сферы использования товара, возможность реализации инноваций на новых рынках); процессные (технологии, новейшие методы организации и управления производством). По глубине производимых изменений (по степени новизны): модифицирующие инновации; улучшающие инновации; прорывные инновации; интегрирующие инновации. По стимулу появления (источнику): инновации, вызванные развитием науки и техники; инновации, вызванные потребностями производства; инновации, вызванные потребностями рынка. По месту в системе (на предприятии, в фирме): инновации на входе предприятия (сырье, оборудование, информация и др.); инновации на выходе предприятия (изделия, услуги, технологии, информация и др.); инновации системной структуры предприятия (управленческой, производственной). Функции инноваций. Функции инновации как экономической категории (воспроизводственная, стимулирующая, инвестиционная). Функции инновации как социальной категории (уменьшение затрат, повышение эффективности труда и производства; повышение качества произведенных продуктов, рост уровня производства и потребления; поддержание пропорций между спросом и предложением, между производством и потреблением; реализация интеллектуальных способностей, создание условий для дальнейшего творческого роста). Действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения рекламной деятельности в рамках инноваций. Определение круга задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>
2.	Инновационные процессы в рекламе	<p>Принципы инновационной деятельности. Инновационная реклама. Инновационные технологии воздействия на потребителя. Интерактивная наружная реклама. Источники инновационных идей: внутренние и внешние.</p> <p>Инновации как процесс творчества. Рождение темы инновации. Общие подходы к решению творческих задач. Творчество как необходимая характеристика специалиста. Психологические аспекты творческой деятельности. Методы активизации творческой деятельности.</p>
3.	Инновационные технологии в рекламе	<p>Инновационная реклама – реклама с использованием технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации. Технология InDoor TV - наиболее перспективная и зарекомендовавшая себя технология инновационной рекламы в России и за рубежом, представляющая собой трансляцию видеорекламы в местах массового скопления людей. Технология X3D video - технология, разработанная компанией X3D Technologies Corporation. Основа технологии - трехмерное изображение, содержащее рекламную информацию. Технология интерактивного взаимодействия Just Touch – инновационный и эффективный тип рекламы. Технология на базе системы Touch Screen, позволяющая отслеживать движение рук потребителя и с их</p>

		помощью управлять функциями меню, расположенного на специальном табло. Технология Ground FX - сверхсовременная интерактивная проекция, разработанная компанией GestureTek, позволяющая потребителю не просто наблюдать за рекламным сюжетом, но и принимать в нем участие. Технология Free Format Projection, создающая ощущение присутствия персонажей или объектов в натуральную величину за счет особой обработки изображения, которое впоследствии проецируется на поверхность. Проекционная реклама, заключающаяся в проецировании изображений на большие поверхности. Видеореклама в журналах. Неубираемая реклама от APPLE - новый способ показа рекламы, предназначенный для любых устройств с экранами - мобильных, телевизоров, компьютеров, медиаплееров и др. Инновации в интернет-рекламе. Технология VideoClick - это технология, объединившая в себе два самых востребованных и наиболее эффективных вида рекламы – видео и контекст.
4.	Управление инновационной деятельностью в рекламных организациях	Цели инновационной деятельности. Управление инновациями. Классификация организаций по типу инновационного поведения. Стратегия инновационной деятельности. Содержание и характеристика различных типов стратегий. Государственная инновационная стратегия. Инновационная стратегия предприятий. Способы распространения коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации в рамках инноваций. Управление знаниями в рекламных организациях. Создание обучающейся организации. Интеллектуальные организации. Сущность знаний как объекта управления в организации. Формы создания организационных знаний. Управления знаниями как новая функция управления. Управление профессиональным интеллектом. Коучинг как способ внедрения новых знаний в организации.
5.	Разработка инновационных проектов	Содержание инновационного проекта. Виды проектов. Этапы разработки проектов. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах. Подходы к бизнес-планированию инновационной деятельности. Экономическая эффективность инновационных проектов. Риски в инновационной деятельности. Осуществление взаимодействий с социальными группами, организациями и персонами (лицами) в рамках инноваций.

Действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения рекламной деятельности в рамках инноваций.

Определение круга задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Распространение коммуникационных продуктов с помощью различных каналов коммуникации.

Осуществление взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) в рамках инноваций.

5.2. Структура дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Основные понятия инновационной деятельности	26	2	-	4	-	20
2.	Инновационные процессы в рекламе	28	2	-	6	-	20
3.	Инновационные технологии в рекламе	28	2	-	6	-	20
4.	Управление инновационной деятельностью в рекламных организациях	35	2	-	8	-	25
5.	Разработка инновационных проектов	34	2	-	6	-	26
	Групповые консультации	2					
	Аттестация - экзамен	27					
	Общий объем	180	10	-	30	-	111

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Основные понятия инновационной деятельности	34	2	-	2	-	30
2.	Инновационные процессы в рекламе	34	2	-	2	-	30

3.	Инновационные технологии в рекламе	34	2	-	2	-	30
4.	Управление инновационной деятельностью в рекламных организациях	32	2	-	-	-	30
5.	Разработка инновационных проектов	37	-	-	2	-	35
	Аттестация - экзамен	9					
	Общий объем	180	8	-	8	-	155

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Кол-во часов
1.	1.	ПР	Основные понятия инновационной деятельности	4
2.	2.	ПР	Инновационные процессы в рекламе	6
3.	3.	ПР	Инновационные технологии в рекламе	6
4.	4.	ПР	Управление инновационной деятельностью в рекламных организациях	8
5.	5.	ПР	Разработка инновационных проектов	6

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Кол-во часов
1.	1.	ПР	Основные понятия инновационной деятельности	2
2.	2.	ПР	Инновационные процессы в рекламе	2
3.	3.	ПР	Инновационные технологии в рекламе	2
4.	4.	ПР	Управление инновационной деятельностью в рекламных организациях	2
5.	5.	ПР	Разработка инновационных проектов	-

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

5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	20
2.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	20
3.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	20
4.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	25
5.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	26

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	30
2.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	30
3.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	30
4.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	30
5.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	35

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При чтении лекций по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения Microsoft Power Point. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

При подготовке студентов применяется самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных.

Интерактивные и активные образовательные технологии

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
5.	ПР	Разработка и защита инновационного проекта	6

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
5.	ПР	Разработка и защита инновационного проекта	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
2	ПР	Составить креативный бриф (рекламный продукт - на выбор обучающегося, например, промышленный товар, сервисная услуга и т.п.)	2	2
5	ПР	Разработать план инновационного проекта (направление рекламной деятельности - на выбор обучающегося, например, стимулирование продаж товара, продвижение услуги, ребрендинг компании и т.д.)	2	2

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ 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

1. Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 с. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/84112.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Бирюков, А. Н. Процессы управления информационными технологиями : учебное пособие / А. Н. Бирюков. — 3-е изд. — Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 262 с. — ISBN 978-5-4497-0355-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/89467.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Дзялошинский, И. М. Социальные институты и социальная коммуникация. Введение в теорию коммуникационных матриц : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 905 с. — ISBN 978-5-4497-0419-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90574.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

8.2. Дополнительная литература

1. Антипов, А. А. Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности : учебное пособие / А. А. Антипов. — Москва : Московский технический университет связи и информатики, 2016. — 18 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/61472.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Батищев, В. И. Информационно-коммуникационные технологии : учебное пособие / В. И. Батищев, В. Г. Жиров, В. Н. Якимов. — 2-е изд. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2016. — 115 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90506.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Доброзракова, Г. А. Современные теории массовой коммуникации : учебное пособие / Г. А. Доброзракова. — Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 93 с. — ISBN 978-5-906605-48-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71884.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Office

8.4. Профессиональные базы данных

База данных Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) - <https://fom.ru/>

База социологических данных ВЦИОМ - <https://wciom.ru/database/>

Единый архив экономических и социологических данных - <http://sophist.hse.ru/>

Международная реферативная база журналов и статей Web of Science

8.5. Информационные справочные системы

АНО ВО СКСИ - ИС: Библиотека

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

Поисковые системы

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Деловое информационное пространство РБК - <http://www.rbk.ru/>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA) - <https://www.ipra.org/>

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

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

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)- <https://нэб.рф>

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-uchebniki.ru/>

Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <https://biblio-online.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Материалы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы приведены в методических указаниях к самостоятельной работе студентов.

Система знаний по дисциплине формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний. Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельное изучение.

Студент должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены.

Любой научный предмет, также как и данная дисциплина, имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия - это та база, на которой «стоит» каждая наука. Понятия - узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая недостроенное здание или еще того хуже: здание без фундамента. Понятие в узком понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют категориально-понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела.

Понятия в широком смысле есть обобщенная концептуальная характеристика определенного явления. Когда в заголовок темы вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идет не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщенной концептуальной характеристике изучаемого явления.

Нелишне иметь в виду и то, что каждый учебник или учебное пособие имеет свою логику построения, которая, естественно, не совпадает с логикой данной Программы учебного курса. Одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. Одни выделяют ее в отдельную главу, а другие, включают в состав главы. Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно, главу за главой, как это сделано в них. При этом, обращаясь к Программе учебного курса, следует постоянно отмечать, какие ее вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником у Вас должна быть ясность в том, какие темы, вопросы Программы учебного курса Вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

Методические указания по ведению конспектов лекций и работе с ними

Конспект- это краткое последовательное изложение содержания статьи, книги, лекции. Его основу составляют план тезисы, выписки, цитаты. Конспект, в отличие от тезисов воспроизводит не только мысли оригинала, но и связь между ними. В конспекте отражается не только то, о чем говорится в работе, но и что утверждается, и как доказывается.

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.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Лекция преподавателя представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Федерального образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов.

Сетка часов, отведенная для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создает свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами – Федеральным государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер.

Алгоритм составления конспекта:

Определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: "Автор считает...", "раскрывает...").
Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

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 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 выполнению практических заданий

1. 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.

2. Выполнение задания в форме аргументированного эссе

Практическое задание, в котором предлагается представить ответ на поставленный вопрос в форме эссе, используется для обучения студентов умению письменного аргументирования своих суждений и доводов по определенной проблеме. Это способствует развитию определенных навыков: критического мышления, логического структурирования и последовательного изложения аргументирующего материала; упорядоченности организации мыслительной деятельности; ясности самовыражения и т.д.

Работа по написанию эссе является вполне традиционным видом учебных заданий. Эссе (фр. *essai* – попытка, очерк) представляет собой особый жанр философской, литературно-критической, историко-биографической прозы. Особенность состоит в том, что это небольшое по объему прозаическое произведение (5-7 страниц) выполняется в свободной композиции и предполагает выражение индивидуального впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующие на определенную или исчерпывающую трактовку предмета.

Задача состоит в том, чтобы раскрыть проблему (вопрос) в сугубо личностном ключе, найти точки соприкосновения с собственным жизненным и духовным опытом, отразить глубину собственную переживаний и размышлений, по поводу различных философско-мировоззренческих проблем, лежащих в основе жизненного мира личности, например, добра и зла, смысла жизни, свободы и ответственности, счастья, свободы и т. п. Эссеистический стиль допускает образность, афористичность, лиричность, эмоциональность в изложении собственных взглядов на проблему с обязательным соблюдением требования их письменной аргументации.

Алгоритм выполнения задания:

- 1) В поставленном вопросе определить ключевую проблему;

2) Проработать идею, выражающее собственное отношение к проблеме и поддержать ее доказательством из соответствующих источников. Для аргументации необходимы ссылки точки зрения, цитаты других авторов, которые призваны усилить выдвинутые студентом аргументы.

3) Процесс выработки четкого и убедительного аргумента, подкрепленного логическим и последовательным интегрированием собранных материалов.

Структура аргументированного эссе включает в себя определенные составляющие:

а) Введение.

Во введении эссе сначала формулируется вводное утверждение (это особое, привлекающее внимание высказывание или вопрос, цитата или другие фактический материал, способное захватить, привлечь к себе внимание читателя) и далее приводится тезисное утверждение, которое способно выступить в роли некой направляющей последующего хода рассуждений, требующих аргументации.

б) Презентация довода предполагает определенное преподнесение доводов и последовательное предоставление доказательств ранее заявленных положений.

в) Ожидание возражений. Для усиления аргументации следует рассмотреть и ожидаемые возражения, применяя практику противоречия, тем самым совершенствуя критическое мышление, моделируя ситуации дискуссии, принимая во внимания, что другие точки зрения по данному вопросу не только существуют, но и имеют определенное обоснование. Следует указать на слабые или противоречивые, неоднозначные места в приводимых точках зрения в качестве противоположных по отношению к собственной позиции.

г) Вывод должен включать синтез аргументации, повторное формулирование тезиса и заключительное утверждение.

Методические указания по организации самостоятельной работы студента

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

Базовая СР обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента 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 экзамену, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний студента, 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 студентов с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий); выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом); прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков); выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы студентов 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 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 ошибок 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 промежуточной аттестации

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.

Методические указания по подготовке к экзамену

Подготовка студентов к экзамену включает три стадии:

- самостоятельная работа в течение учебного года (семестра);
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билете.

Подготовку к экзамену необходимо целесообразно начать с планирования и подбора источников и литературы. Прежде всего, следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к экзамену, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на экзамен. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти.

Предложенная методика непосредственной подготовки к экзамену может быть и изменена. Так, для студентов, которые считают, что они усвоили программный материал в полном объеме и уверены в прочности своих знаний, достаточно быстрого повторения учебного материала. Основное время они могут уделить углубленному изучению отдельных, наиболее сложных, дискуссионных проблем.

Литература для подготовки к экзамену указана в программе курса.

Однозначно сказать, каким именно учебником нужно пользоваться для подготовки к экзамену нельзя, потому что учебники пишутся разными авторами, представляющими свою, иногда отличную от других, точку зрения по различным научным проблемам. Поэтому для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников (учебных пособий). Студент сам вправе придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от позиции преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации. Наиболее оптимальны для подготовки к экзамену учебники и учебные пособия по экологическому праву, рекомендованные Министерством образования и науки.

Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций. Учебный материал в лекции дается в систематизированном виде, основные его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и нормативной информацией, которые в силу новизны, возможно, еще не вошли в опубликованные печатные источники. Правильно составленный конспект лекций содержит тот оптимальный объем информации, на основе которого студент сможет представить себе весь учебный материал.

Следует точно запоминать термины и категории, поскольку в их определениях содержатся признаки, позволяющие уяснить их сущность и отличить эти понятия от других.

В ходе подготовки к экзамену студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания категорий. А это достигается не простым заучиванием, а усвоением прочных, систематизированных знаний, аналитическим мышлением. Следовательно, непосредственная подготовка к экзамену должна в разумных пропорциях сочетать и запоминание, и понимание программного материала.

В этот период полезным может быть общение студентов с преподавателями по дисциплине на групповых и индивидуальных консультациях.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, ноутбуком (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

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

Для практической подготовки обучающихся используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

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-библиотечная система– <http://www.iprbookshop.ru> / <https://urait.ru>).

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, 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, оказывающий 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.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
по дисциплине «Инновации в рекламной деятельности»**

1. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины

Результаты обучения (код и наименование)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Процедуры оценивания
Знать действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения рекламной деятельности в рамках инноваций	Трактовка действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений рекламной деятельности в рамках инноваций	Правильность трактовки действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений рекламной деятельности в рамках инноваций	Тестирование Устный опрос Экзамен
Уметь определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Использование умений определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Правильность и полнота использования умений определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Тестирование Устный опрос Практическое задание
Знать понятие и способы распространения коммуникационного продукта в рамках инноваций	Трактовка понятия и способов распространения коммуникационного продукта в рамках инноваций	Правильность трактовки понятия и способов распространения коммуникационного продукта в рамках инноваций	Тестирование Устный опрос Экзамен
Уметь распространять коммуникационный продукт с помощью различных каналов коммуникации	Использование умений распространять коммуникационный продукт с помощью различных каналов коммуникации	Правильность и полнота использования умений распространять коммуникационный продукт с помощью различных каналов коммуникации	Тестирование Устный опрос Практическое задание
Владеть навыками осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами)	Практические задания, выполнение которых связано с применением навыков осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами)	Правильность и полнота выполнения практических заданий, связанных с применением навыков осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами)	Практическое задание Устный опрос Экзамен
Промежуточная аттестация			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, ответа при устном опросе.

Все виды текущего контроля осуществляются на занятиях семинарского типа.

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

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

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

Билет к экзамену содержит 2 вопроса из перечня вопросов, приведенных в п. 3.5.

Вопросы к экзамену 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».

3. Типовые контрольные задания

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.1 Перечень типовых тестовых заданий

1. Как называется стратегия компании, особенность которой заключается в выборе направлений и определении масштаба предполагаемых изменений?
 - а) корпоративная
 - б) деловая
 - в) инновационная
 - г) функциональная
2. Кто из перечисленных ученых занимался инновациями?
 - а) Друкер
 - б) Шумпетер
 - в) Кондратьев
 - г) Все из перечисленных
3. Перечислите недостающую форму финансирования инновационных проектов:
 - а) государственное финансирование;
 - б) акционерное финансирование;
 - в) банковские кредиты;
 - г) лизинг;
 - д) форфейтинг;
 - е) смешанное финансирование;
 - ж) ...
4. Какие функции выполняет Всемирная организация ИС?
 - а) контролирующая
 - б) регистрационная
 - в) содействие международному сотрудничеству в управлении ИС
 - г) программная деятельность
 - д) функция планирования
5. На какой вопрос необходимо ответить менеджеру, оценивая инновационный проект с точки зрения фактора «преимущества»?
 - а) стоит ли осуществлять этот проект
 - б) стоит ли осуществлять этот проект сейчас
 - в) стоит ли осуществлять этот проект, учитывая изменения рынка в обозримом будущем
6. Какую стратегию характеризуют технологический рывок и быстрая реакция на рыночные изменения?
 - а) наступательную
 - б) стабилизационную
7. В числителе расчетной формулы индекса доходности — величина доходов, приведенных к моменту начала реализации инноваций, а в знаменателе ...
 - а) величина инвестиций в инновации;
 - б) величина инвестиций в инновации, дисконтированных к моменту начала процесса инвестирования;
 - в) период времени, за который дисконтированные затраты будут компенсированы дисконтированными доходами;
 - г) внутренняя норма доходности.
8. К какому типу инновационного поведения относится фирма, предлагающая, в частности, услуги по ремонту и модернизации ноут-бука:
 - а) Виоленты
 - б) Пациенты
 - в) Коммутанты
 - г) Эксплеренты
9. При использовании предприятием наступательной стратегии затраты на нововведения будут:
 - а) минимальные;
 - б) низкие;
 - в) средние;
 - г) высокие.
10. Правила принятия решений в отношении проектов «хлеб с маслом» гласят:
 - а) вложить средства в их проработку
 - б) выделить ресурсы на разработку и реализацию проектов
 - в) сократить финансирование проекта
 - г) удалить из портфеля
11. Что определяет емкость «портфеля инновационных идей»?
 - а) уровень интеллектуального потенциала;
 - б) уровень инновационного потенциала;
 - в) уровень инвестиционного потенциала.

12. Процесс управления рисками включает:
- анализ состояния неопределенности и риска;
 - выявление риска;
 - анализ и оценку риска;
 - разработку мероприятий по снижению влияния риска;
 - а+в
 - б+в+г
 - а+в+г
13. Кто впервые использовал понятия «инновация»?
- Кондратьев
 - Шумпетер
 - Янсон
 - Тоффлер
14. Какой из перечисленных факторов можно отнести к фактору уязвимости?
- опора на «вечные ценности»
 - многочисленные технологии
 - развитие на базе неизменных потребностей
 - один канал сбыта
15. Какие факторы препятствуют инновационной деятельности?
- Децентрализация, автономия, формирование целевых проблемных групп
 - Нормальный психологический климат в трудовом коллективе
 - Недостаток средств для финансирования инновационных проектов
16. Что является копирайтом?
- литературные, художественные произведения и научные труды
 - фирменные наименования
 - законы
17. К собственным средствам финансирования инновационных проектов предприятия относится:
- выпуск акций;
 - коммерческий кредит;
 - амортизационные отчисления;
 - взносы.
18. В сравнении с крупными, малые инновационные предприятия на каждый рубль, вложенный в научные исследования, создают продукции:
- больше
 - меньше
19. Величина инновационного лага используется для оценки:
- инновационного потенциала;
 - инновационной активности;
 - инновационной стратегии;
 - инновационной инфраструктуры.
20. На какой вопрос необходимо ответить менеджеру, оценивая инновационный проект с точки зрения фактора «преимущества»?
- стоит ли осуществлять этот проект
 - стоит ли осуществлять этот проект сейчас
 - стоит ли осуществлять этот проект, учитывая изменения рынка в обозримом будущем
21. Расставьте соответствие классификаций организационного инновационного поведения (по Л. Г. Раменскому и Х. Фризевинкелю):
- | | |
|----------------|--------------------|
| 1. Виоленты | А) Первые Ласточки |
| 2. Пациенты | Б) Хитрые Лисы |
| 3. Эксплеренты | В) Гордые Львы |
| 4. Коммутанты | Г) Серые Мыши |
22. В числителе расчетной формулы индекса доходности — величина доходов, приведенных к моменту начала реализации инноваций, а в знаменателе ...
- величина инвестиций в инновации;
 - величина инвестиций в инновации, дисконтированных к моменту начала процесса инвестирования;
 - период времени, за который дисконтированные затраты будут компенсированы дисконтированными доходами;
 - внутренняя норма доходности.
23. К какому из объектов ИС относится понятие «способ»?
- объект промышленной собственности

- б) объект авторского права
 в) научные открытия
24. Коммерческий банк не будет финансировать инновационный проект, если:
 а) срок окупаемости проекта больше срока реализации проекта;
 б) имеются источники возврата предоставляемых финансовых средств;
 в) проект обеспечивает средний прирост инвестируемого капитала.
25. К важнейшим областям принятия решений по управлению проектами относится
 а) отбор проектов для их реализации
 б) отбор проекта по критериям эффективности инноваций
 в) формирование портфеля проектов
26. Методика оценки инновационного потенциала организации строится на двух подходах: системном и ...
 а) ситуационном;
 б) диагностическом;
 в) тактическом;
 г) целевом.
27. Если траектория развития компании характеризуется как «пионеры», то каково наиболее вероятное конечное качество данной организации?
 а) «лудильщики»
 б) «застройщики»
 в) «отшельники»
 г) «дрейфовщики»
28. Дайте определение инновационного процесса. _____
29. Назовите продолжительность больших циклов согласно теории Кондратьева.
 а) 3 -3,5 года
 б) 7-11 лет
 в) 48-55 лет
30. Можно ли отнести факторинг к одной из форм финансирования инновационной деятельности предприятия:
 а) да; б) нет.
31. Этап коммерциализации материального нововведения включает фазы внедрения (пробного размещения на рынке) и...:
 а) трансфера;
 б) реализации;
 в) рекламы;
 г) диффузии.
32. Интегральный эффект представляет собой величину разностей за расчетный период, приведенных к одному, обычно начальному, году. Это разность между:
 а) результатами и инновационными затратами;
 б) выручкой и инновационными затратами;
 в) доходами и переменными затратами;
 г) доходами и постоянными затратами.
33. Охарактеризуйте проекты «жемчужины».
 а) проекты, представляющие большую привлекательность для фирмы и имеющие высокую вероятность успеха
 б) весьма привлекательные проекты, но пока труднореализуемые
 в) проекты, которые характеризуются достаточно высокой вероятностью успеха, но имеющие среднюю или низкую привлекательность для фирмы
 г) безнадежные проекты с низкими коммерческой окупаемостью и вероятностью успеха
34. Дайте определение понятию «патент».
35. Какие из перечисленных предпосылок инноваций являются внутренними?
 а) Рост потенциального спроса
 б) Снижение качества продукции
 в) Рост текучести кадров
 г) Социальная среда
36. В качестве результатов выполнения инновационного проекта чаще всего выступают
 а) нематериальные активы
 б) интеллектуальная собственность
 в) а и б
37. Инновационный центр – это организационный тип:
 а) крупных предприятий;
 б) средних предприятий;

- в) малых предприятий;
- в) форма межфирменной научно-технической кооперации.
38. Смешанное финансирование осуществляется путем привлечения финансовых средств, необходимых для реализации инновационных проектов, из:
- заемных и привлеченных источников;
 - различных источников;
 - собственных и заемных источников;
39. Эффективной стратегией для фирмы, не имеющей собственного разработанного продукта является
- стратегия создания нового рынка
 - имитационная стратегия
 - стратегия непрерывного совершенствования
40. Какие факторы препятствуют инновационной деятельности?
- Децентрализация, автономия, формирование целевых проблемных групп
 - Нормальный психологический климат в трудовом коллективе
 - Недостаток средств для финансирования инновационных проектов
41. Назовите проблемы проектного менеджмента.
42. Целевой подход к оценке эффективности инновационного проекта предусматривает:
- оценку доходности и долгосрочных рыночных преимуществ;
 - оценку стратегической эффективности нововведений;
 - оценку рентабельности и доходности инновационного проекта;
 - абсолютную и сравнительную оценку эффективности.
43. Срок действия договора финансового лизинга больше срока полной амортизации предмета лизинга:
- верно;
 - неверно.
44. Одной из важнейших особенностей инновационного рынка на современном этапе является:
- большое количество фирм-коммутантов на рынке высокотехнологичной продукции;
 - многообразие организационных форм инновационной деятельности;
 - отсутствие инновационных фирм интегральной формы организации;
 - ограниченное число межфирменных организационных форм инновационной деятельности;
45. Для какого типа нововведений характерна следующая структура инновационного процесса: возникновение инновационной идеи → разработка → реализация:
- для материальных нововведений;
 - для нематериальных нововведений.
- 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.

Разработайте стратегию внедрения инноваций в деятельность рекламной компании:

- ✓ в сфере планирования и организации деятельности рекламного предприятия;
- ✓ в сфере управления персоналом рекламной компании;
- ✓ в сфере организации продвижения рекламного продукта.

Технология: группа разбивается на подгруппы, каждая из которых выполняет задание применительно к выбранной сфере деятельности рекламной компании. После выполнения задания подгруппы отчитываются о результатах работы. Под руководством преподавателя проводится обсуждение результатов, полученных студентами в результате работы в подгруппах.

Этапы выполнения задания:

1. Подгруппа дает краткую характеристику рекламного предприятия (количество работников, структура организации, характеристика клиентов, конкурентов, партнеров, специфика реализации и продвижения рекламного продукта).

2. Проводится анализ производственной, маркетинговой и PR- деятельности фирмы.

3. Определяется сфера внедрения инноваций.

4. Разрабатывается стратегия внедрения инноваций. 5. Определяется потенциальная эффективность деятельности рекламной компании, в том числе ее конкурентные преимущества, после внедрения инноваций.

Задание 2.

Разработайте стратегии проведения рекламной кампании с применением инновационных технологий (технология интерактивного взаимодействия Just Touch, X3D video, Ground FX, Free Format Projection и др), влияющих на ее потенциальную эффективность.

Этапы:

- ✓ взять в качестве примера любую компанию, функционирующую в сфере малого и среднего бизнеса, и описать ассортимент выпускаемой ею продукции;
- ✓ определить параметры для оценки коммуникативной и экономической эффективности планируемой рекламной кампании;
- ✓ определить неконтролируемые и контролируемые факторы (инновационные технологии), влияющие на эффективность рекламы;
- ✓ разработать стратегический план проведения рекламной кампании с применением инновационных технологий; обосновать потенциальную эффективность предложенной стратегии; обсуждение полученных результатов в группе.

Задание 3.

Определите метапрограмный профиль целевой аудитории - то есть выявление свойственных целевой аудитории фильтров внимания и определенных стратегий мышления.

Технология: Учебная группа делится на две подгруппы, которым необходимо, имея разные исходные данные, определить метапрограмный профиль целевой аудитории.

Этапы:

1. взять в качестве примера любую компанию, функционирующую в сфере малого и среднего бизнеса, и описать ассортимент выпускаемой ею продукции;
2. определить целевую аудиторию рекламной кампании;
3. проанализировать структурные и функциональные характеристики целевой аудитории;
4. составить метапрограмный профиль целевой аудитории.

Это позволит, создавая рекламные обращения, «кодировать» их в тех нейро-стратегиях и транслировать в тех каналах восприятия, которые наиболее свойственны этим людям. Помимо точного попадания рекламной идеи в сознание целевой аудитории, это дает еще и очень высокий процент принятия этими людьми рекламной идеи, как своей собственной либо авторитетной для них. Каждая подгруппа в процессе обсуждения приходит к единому мнению и озвучивает результат задания.

Задание 4.

В процессе работы в подгруппах решить задачу по использованию нелингвистических и лингвистических рекламных технологий НЛП.

Задача: разработать рекламный продукт с помощью определенных нелингвистических и лингвистических рекламных технологий.

Технология: Учебная группа делится на две подгруппы, которым необходимо, выбрав разные исходные данные, разработать проект рекламы.

Этапы:

1. взять в качестве примера любую компанию, функционирующую в сфере малого и среднего бизнеса, и описать ассортимент выпускаемой ею продукции;
2. определить целевую аудиторию рекламной кампании;
3. проанализировать структурные и функциональные характеристики целевой аудитории;
4. выбрать определенную технологию НЛП: маркировка текста; использование субмодальностей; технология речевых пресуппозиций; технологии «подстройка по ценностям», «создание комплексных эквивалентов», «создание «мыслевирусов» и т.д.
5. разработать проект рекламы с использованием выбранной НЛП - технологии.

Каждая подгруппа в процессе обсуждения обосновывает принятое решение и озвучивает результат задания.

Задание 5.

Разработайте стратегии использования инновационных инструментов рекламы.

Этапы:

1. взять в качестве примера любую компанию, функционирующую в сфере малого и среднего бизнеса, и описать ассортимент выпускаемой ею продукции;
2. определить объект рекламной кампании;
3. разработать предложения по внедрению инновационных инструментов рекламы;
4. определить потенциальную коммуникативную и экономическую эффективность реализации рекламной кампании с применением инновационных инструментов;

5. обсуждение полученных результатов в группе.

Задание 6.

Учебная дискуссия в группе с использованием презентаций на мультимедиа проекторе по теме «Примеры использования в мировой практике инновационных инструментов рекламы». Цель: определить взаимосвязь коммуникативной и экономической эффективности реализации рекламной кампании с применением инновационных инструментов.

Задание 7.

Обозначить проблемы расчета количественных показателей инновационной рекламной кампании. Определить возможность количественной оценки результата применения инноваций в рекламной деятельности для стратегического планирования деятельности маркетингового отдела и организации в целом. Выяснить необходимость количественной оценки эффективности инновационных рекламных мероприятий в комплексном анализе эффективности рекламной кампании. Определить влияние ситуационных факторов на потенциальную эффективность реализации инноваций в рекламной деятельности.

Задание 8.

Разработайте проект внедрения инновационных инструментов в:

- ✓ политической рекламе в избирательной кампании;
- ✓ формировании корпоративного имиджа организации; социальной рекламе;
- ✓ интернет - рекламе;
- ✓ рекламе в сфере туризма и гостиничного дела.

Этапы:

1. взять в качестве примера любую компанию, функционирующую в сфере малого и среднего бизнеса, и описать ассортимент выпускаемой ею продукции;
2. определить основные проблемы, которые необходимо решить посредством внедрения инноваций;
3. разработать проект проведения рекламной кампании с применением инновационных технологий, влияющих на ее эффективность.

Задание 9.

Согласно модели эффективности маркетинговых коммуникаций, предложенной в работе Дж. Росситера и Л. Перси (Дж. Росситер, Л. Перси Реклама и продвижение товаров - СПб.: Питер, 2002)

- ✓ соотнесите шесть последовательных этапов достижения эффективности, на каждом из которых, достигается определенный эффект коммуникации с эффектами коммуникации, которые являются следствием успешной рекламной кампании.
- ✓ приведите примеры по каждому аспекту соотнесения.

этапы коммуникации	эффекты коммуникации
контакт потребителя с сообщением;	потребность в товарной категории;
обработка информации сообщения;	осведомленность о торговой марке; отношение к торговой марке;
эффекты коммуникации и позиционирования торговой марки; действия целевых покупателей;	намерение купить продукт определенной торговой марки;
увеличение объемов продаж или доли рынка, создание марочного капитала;	содействие покупке.
получение прибыли.	

Задание 10.

Проанализируйте действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения рекламной деятельности в рамках инноваций. Составьте сравнительную таблицу.

Задание 11.

Опишите ход определения круга задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Приведите примеры из практики работы рекламных агентств.

Задание 12.

Перечислите способы распространения коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации в рамках инноваций. Приведите примеры из практики работы рекламных агентств полного цикла.

Задание 13.

Проанализируйте ход осуществления взаимодействий с социальными группами, организациями и персонами (лицами) в рамках инноваций. Выделите его основные этапы.

Критерии и шкала оценивания решения практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

3.3 Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Приведите понятие инноваций в рекламной деятельности.
2. Перечислите основные виды инноваций.
3. Охарактеризуйте виды инноваций месту в системе предприятия.
4. Опишите жизненный цикл и функции инноваций.
5. Перечислите основные инновационные процессы.
6. Какова структура государственной инновационной стратегии?
7. Перечислите основные виды проектов.
8. Опишите специфику интеллектуальных организаций.
9. В чем заключается сущность инновационных технологий воздействия на потребителя?
10. Опишите технологию интерактивной наружной рекламы.
11. Приведите понятие инновационного менеджмента.
12. В чем состоят принципы инновационной деятельности?
13. Какова классификация организаций по типу инновационного поведения?
14. Перечислите риски в инновационной деятельности.
15. Каковы критерии оценки эффективности инноваций?
16. Опишите содержание и характеристика различных типов стратегий.
17. Охарактеризуйте особенности управления инновациями.
18. Перечислите источники инновационных идей.
19. Опишите этапы разработки проектов.

20. В чем состоит содержание инновационного проекта?

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития рекламной деятельности; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем инноваций в рекламной деятельности 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 рекламной деятельности; 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. Перечень типовых вопросов для устного ответа на экзамене

1. Виды инноваций и их классификация.
2. Виды инноваций месту в системе предприятия.
3. Виды инноваций по глубине производимых изменений.
4. Виды инноваций по предмету и сфере их применения.
5. Виды инноваций по признаку их возникновения.
6. Виды инноваций по стимулу появления.
7. Виды проектов.
8. Государственная инновационная стратегия.
9. Действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения рекламной деятельности в рамках инноваций.
10. Жизненный цикл и функции инноваций.
11. Инновационная реклама.
12. Инновационная стратегия предприятий.
13. Инновационные процессы.
14. Инновационные технологии в рекламе.
15. Инновационные технологии воздействия на потребителя.
16. Интеллектуальные организации.
17. Определение круга задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
18. Интерактивная наружная реклама.
19. Источники инновационных идей.
20. Классификация организаций по типу инновационного поведения.
21. Коучинг как способ внедрения новых знаний в организации.
22. Основные понятия инновационного менеджмента.
23. Оценка эффективности инноваций.
24. Понятие и содержание инновационных процессов.
25. Принципы инновационной деятельности.

26. Риски в инновационной деятельности.
27. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах.
28. Содержание и характеристика различных типов стратегий.
29. Содержание инновационного проекта.
30. Стратегия инновационной деятельности.
31. Управление инновациями.
32. Управление профессиональным интеллектом.
33. Способы распространения коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации в рамках инноваций.
34. Управление знаниями как новая функция управления.
35. Формы создания организационных знаний.
36. Функции инноваций.
37. Циклическое развитие экономики. Исследования Н.Д. Кондратьева, Й. Шумпетера. Технологические уклады развития.
38. Экономическая эффективность инновационных проектов.
39. Этапы разработки проектов.
40. Осуществление взаимодействий с социальными группами, организациями и персонами (лицами) в рамках инноваций.

Критерии и шкала оценки ответа на экзамене 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.
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.
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; программные материалы в основном излагаются, 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.
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.

Дополнения и изменения к рабочей программе на 2020/2021 уч.год

Внесенные изменения на
2020/2021 учебный год

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
_____ Т.В. Поштарева
«28» октября 2020г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:
Для индивидуальных учебных планов № 1318-0617, 1319-0617, 1320-0617.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		8
Контактная работа (всего)	16,5	16,5
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	8	8
из них	-	-
- лекции	8	8
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	0,5	0,5
Самостоятельная работа (всего) (СР)	163,5	163,5
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.)	155	155
Подготовка к аттестации	8,5	8,5
Общий объем, час	180	180
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5.2. Структура дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Основные понятия инновационной деятельности	34	2	-	2	-	30
2.	Инновационные процессы в рекламе	34	2	-	2	-	30
3.	Инновационные технологии в рекламе	34	2	-	2	-	30
4.	Управление инновационной деятельностью в рекламных организациях	32	2	-	-	-	30
5.	Разработка инновационных проектов	37	-	-	2	-	35
	Аттестация - экзамен	9					
	Общий объем	180	8	-	8	-	155

5.3. Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Кол-во часов
1.	1.	ПР	Основные понятия инновационной деятельности	2
2.	2.	ПР	Инновационные процессы в рекламе	2
3.	3.	ПР	Инновационные технологии в рекламе	2
4.	4.	ПР	Управление инновационной деятельностью в рекламных организациях	2
5.	5.	ПР	Разработка инновационных проектов	-

5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	30
2.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	30
3.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	30
4.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	30
5.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	35

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры от «28» октября 2020г. протокол № 3
зав. кафедрой _____ Т.В. Поштарева

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета от «28» октября 2020г. протокол № 2
Председатель УМК _____ Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой _____ Т.В. Поштарева
28 октября 2020 г.