

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



Т. В. Поштарева

«28» октября 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
«Технологии производства рекламного продукта»

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

год начала подготовки – 2020

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	5
5.3. Занятия семинарского типа	6
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	8
8.4. Профессиональные базы данных	8
8.5. Информационные справочные системы	8
8.6. Интернет-ресурсы	9
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	9
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	16
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	16
Приложение	17
Дополнения и изменения в рабочей программе	

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Технологии производства рекламного продукта» являются:

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

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Технологии производства рекламного продукта» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины Блока I «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.14) 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 владеть использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; способны обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; способны анализировать социально значимые проблемы и процессы.

Приобретённые 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)
PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности	Преддипломная практика
Разработка рекламного продукта	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR	
Копирайтинг	
Креатив в рекламе	
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень)	Планируемые результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации	Знать основы редакторской деятельности
	Уметь осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации при разработке рекламного продукта
	Владеть навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации при разработке и производстве рекламного продукта
ПК-2 Способен распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Знать основы технологий производства рекламного продукта
	Уметь распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации при разработке рекламного продукта
	Владеть навыками осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации при разработке и производстве рекламного продукта

## 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
--------------------	-------------	----------

		<b>Б</b>
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>63,8</b>	<b>63,8</b>
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	24	24
из них	-	-
- лекции	24	24
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	36	36
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	36	36
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	1	1
5) промежуточная аттестация	0,8	0,8
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>152,2</b>	<b>152,2</b>
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	76	76
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.)	100	100
Подготовка к аттестации	26,2	26,2
<b>Общий объем, час</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		В
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>21,8</b>	<b>21,8</b>
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	8	8
из них	-	-
- лекции	8	8
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	12	12
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	12	12
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	1	1
5) промежуточная аттестация	0,8	0,8
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>194,2</b>	<b>194,2</b>
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	76	76
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.)	110	110
Подготовка к аттестации	8,2	8,2
<b>Общий объем, час</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Содержание дисциплины

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

### 5.2. Структура дисциплины

#### Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	24	2	-	4	-	6
2	Художественное редактирование в рекламе	24	2	-	4	-	8
3	Художественный креатив в создании	24	2	-	4	-	8

	рекламного объявления						
4	Визуальные средства рекламы	24	2	-	4	-	7
5	Конструирование упаковки	26	4	-	4	-	7
6	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	30	4	-	8	-	7
7	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	30	4	-	8	-	7
	Групповые консультации	2	-	-	-	-	-
	Индивидуальная работа	1	-	-	-	-	-
	Курсовой проект (работа)						76
	Аттестация – экзамен	27	-	-	-	-	-
	Общий объем	<b>216</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>126</b>

### Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	30	2	-	2	-	14
2	Художественное редактирование в рекламе	26	-	-	-	-	16
3	Художественный креатив в создании рекламного объявления	26	-	-	-	-	16
4	Визуальные средства рекламы	30	2	-	2	-	16
5	Конструирование упаковки	28	-	-	2	-	16
6	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	34	2	-	4	-	16
7	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	32	2	-	2	-	16
	Индивидуальная работа	<b>1</b>	-	-	-	-	-
	Курсовой проект (работа)						76
	Аттестация – экзамен	<b>9</b>	-	-	-	-	-
	Общий объем	<b>216</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>186</b>

### 5.3. Занятия семинарского типа

#### Очная форма обучения

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

#### Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела	Вид занятия	Наименование	Количество часов
-------	-----------	-------------	--------------	------------------

	<b>(темы)</b>			
1.	1.	ПР	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	2
2.	2.	ПР	Художественное редактирование в рекламе	-
3.	3.	ПР	Художественный креатив в создании рекламного объявления	-
4.	4.	ПР	Визуальные средства рекламы	2
5.	5.	ПР	Конструирование упаковки	2
6.	6.	ПР	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	4
7.	7.	ПР	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	2

**5.4. Курсовой проект** (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) *предусмотрен*, тематика курсовых работ представлена в приложении.

**5.5. Самостоятельная работа**

**Очная форма обучения**

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	6
2.	Художественное редактирование в рекламе	8
3.	Художественный креатив в создании рекламного объявления	8
4.	Визуальные средства рекламы	7
5.	Конструирование упаковки	7
6.	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	7
7.	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	7
8	Курсовой проект	76

**Заочная форма обучения**

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы	14
2.	Художественное редактирование в рекламе	16
3.	Художественный креатив в создании рекламного объявления	16
4.	Визуальные средства рекламы	16
5.	Конструирование упаковки	16
6.	Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации	16
7.	Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации	16
8	Курсовой проект	76

**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
3.	ПР	Разработка и представление рекламного объявления (по выбору)	2

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

#### Заочная форма обучения

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

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

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

### 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 8.1. Основная литература

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

#### 8.2. Дополнительная литература

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

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

#### 8.3. Программное обеспечение

Microsoft Office

#### 8.4. Профессиональные базы данных

Международная реферативная база журналов и статей WebofScience - <http://info.clarivate.com/rcis>

#### 8.5. Информационные справочные системы

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

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>

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Российская ассоциация по связям с общественностью – <https://www.raso.ru> .

Союз предприятий печатной индустрии – <https://www.gipp.ru>  
Национальная Ассоциация Телерадиовещателей – <http://www.nat.ru/>  
Союз участников рынка инфокоммуникационных услуг –

[https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Инфокоммуникационный\\_союз](https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Инфокоммуникационный_союз)

### **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, выражающую 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 относительны, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

#### **Методические указания по подготовке к устному опросу**

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

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

#### **Методические указания по подготовке курсовой работы**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Во второй главе освещаются прикладные аспекты исследуемой в работе проблемы.

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

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

Е. Список использованных источников.

Ж. Приложения (если они предусмотрены характером работы).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Приложение – это часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут быть очень разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчётных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты. В приложения нельзя включать список использованной литературы, вспомогательные указатели всех видов, справочные комментарии и примечания, которые являются не приложениями к основному тексту, а элементами справочно-сопроводительного аппарата работы, помогающими пользоваться её основным текстом. Приложения оформляются как продолжение курсовой работы на последних её страницах.

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

### **Методические указания по подготовке к 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 пошаговое 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. Оценка 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 беглого 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, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

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

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

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

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

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

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

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

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

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

по дисциплине «Технологии производства рекламного продукта»

**1. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины**

<b>Результаты обучения (код и наименование)</b>	<b>Показатель оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Процедуры оценивания</b>
Знать основы редакторской деятельности	Трактовка основ редакторской деятельности	правильность трактовки основ редакторской деятельности	Устный опрос Курсовая работа Экзамен
Знать основы технологий производства рекламного продукта	Трактовка основ технологий производства рекламного продукта	правильность трактовки основ технологий производства рекламного продукта	Устный опрос Курсовая работа Экзамен
Уметь осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации при разработке рекламного продукта	Задания на демонстрацию умений осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации при разработке рекламного продукта	Правильность и полнота выполнения практических заданий на оценку умений осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации при разработке рекламного продукта	Тестирование Экзамен Практическое задание Курсовая работа
Владеть навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации при разработке и производстве рекламного продукта	Практические задания, выполнение которых связано с применением навыков редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации при разработке и производстве рекламного продукта	Правильность и полнота выполнения практических заданий, связанных с применением навыков редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации при разработке и производстве рекламного продукта	Практическое задание Курсовая работа Экзамен
Уметь распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации при разработке рекламного продукта	Задания на демонстрацию умений распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации при разработке рекламного продукта	Правильность и полнота выполнения практических заданий на оценку умений распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации при разработке рекламного продукта	Тестирование Практическое задание Курсовая работа Экзамен
Владеть навыками осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации при разработке и производстве рекламного продукта	Практические задания, выполнение которых связано с применением навыков осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации при	Правильность и полнота выполнения практических заданий, связанных с применением навыков осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов	Практическое задание Курсовая работа Экзамен

	разработке и производстве рекламного продукта	коммуникации при разработке и производстве рекламного продукта	
Промежуточная аттестация			Экзамен Защита курсовой работы

## **2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

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

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

#### **Методическое описание подготовки и проведения тестирования**

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

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

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

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

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

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

#### **Методическое описание подготовки и проведения устного опроса**

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

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

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

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

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

#### **Методическое описание подготовки и проведения практических заданий**

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

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

### **2.2. 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».

#### Курсовая работа

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

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

Выбор темы курсовой работы (проекта) осуществляется не позднее первого месяца каждого периода обучения (триместра / семестра) в рамках учебного года.

Для руководства курсовыми работами (проектами) студентов назначается преподаватель, за которым закреплено руководство в соответствии с учебным поручением.

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

Перечень тем курсовых работ, критерии и шкала оценки приведены в п.3.4 Фонда оценочных средств.

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

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

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

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

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

### 3. Типовые контрольные задания

#### Типовые задания для текущего контроля успеваемости

##### 3.1. Перечень типовых тестовых заданий

**1. Классификация рекламных услуг по функциональному назначению в значительной степени детализируется выделением рекламных услуг:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- а) 10
- б) 6
- в) 8
- г) 12

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

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

**8. Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера – это:**

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

**9. Рекламно-информационное письмо относится к:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Критерии и шкала оценки тестовых заданий**

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

### 3.2. Перечень типовых практических заданий

#### Задание 1.

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

#### Задание 2.

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

#### Задание 3.

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

#### Задание 4.

Определите, какие виды брошюровочно-переплетных и отделочных процессов были использованы при создании образцов рекламной полиграфии, предоставленных преподавателем. Определите, какие виды брошюровочно-переплетных и отделочных процессов необходимы для решения конкретной задачи.

#### Задание 5.

Определите характеристики запечатываемых материалов для образцов, предоставленных преподавателем. Определите, какие запечатываемые материалы оптимальны для решения конкретной задачи (тех. задания даются преподавателем).

#### Задание 6.

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

#### Задание 7.

Определите характер изображений, предоставленных преподавателем. Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.

#### Критерии и шкала оценки практических заданий

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

<b>Неудовлетворительно</b>	Задание не выполнено. Не продемонстрировано раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта. Студент не прогнозировал возможные проблемы и альтернативные варианты их решения. Выводы отсутствуют. Студент не готов к сотрудничеству, не способен к вовлечению участников в обсуждение дискуссионных вопросов.
----------------------------	---

### 3.3. Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Психология восприятия рекламного продукта потребителем.
2. Физиологические возможности восприятия рекламного продукта.
3. Различия индивидуального и массового восприятия.
4. Имидж и стереотипы в рекламе.
5. Учет индивидуальной особенностей потребителей рекламной информации.
6. Теория уникального торгового предложения (УТП).
7. Рекламная концепция и рекламная идея.
8. Форма, содержание и структура рекламного обращения.
9. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции.
10. Представительные модели коммуникации (К. Бюлер, Р. Якобсон, Г. Лассуэл).
11. Семантическая структура рекламного продукта.
12. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного продукта.
13. Этапы творческого процесса создания рекламы.
14. Творческая стратегия и ее компоненты.
15. Рекламные формулы.
16. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм.
17. Разработка стратегии рекламного текста.
18. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.
19. Экспертная система ВААЛ и ее использование при разработке рекламного текста.
20. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте.
21. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы (вид рекламы по выбору студента).
22. Художественное оформление, дизайн и редактирование в рекламе.
23. Художественный креатив в создании рекламного объявления.
24. Визуальные средства рекламы: назначение и выбор, технические методы.
25. Виды упаковок, конструирование упаковки и условия ее изменения.
26. Производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации (СМИ по выбору студента).
27. Производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации (СМИ по выбору студента).
28. Производство рекламного продукта для сети Интернет.
29. Основы редакторской деятельности
30. Основы технологий производства рекламного продукта

#### Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

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

	терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание развития технологий производства рекламного продукта; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

### Типовые задания для промежуточной аттестации

#### 3.4. Темы для написания курсовой работы (курсового проекта)

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

#### **Критерии и шкала оценки защиты курсовой работы по дисциплине (в виде дифференцированного зачета)**

Оценка	Критерии
Отлично	<p>Отлично ставится, если содержание работы полностью соответствует теме работы. Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять курсовой проект. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Раскрывает полно каждый вопрос плана. В работе имеется наличие теоретического и практического материала и т.п. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Студент 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.</p> <p>Студент демонстрирует профессиональную эрудированность, знание общей и специальной литературы; умение планировать и проводить исследование; способность видеть взаимосвязь проблем и вопросов теории и практики; умение сопоставлять и анализировать научные подходы и идеи; умение логично и стройно излагать материал в соответствии с планом, умение делать выводы и обобщения; умение объяснить и защитить положения работы.</p> <p>Продемонстрирован личный вклад студента в работу и самостоятельность написания (умение сопоставлять и анализировать научные подходы и идеи; излагать собственную точку зрения; делать выводы и обобщения).</p>

	<p>В работе полно представлены структурные и содержательные элементы. Во время публичной защиты полно и правильно отвечает на вопросы по существу работы.</p> <p>Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.</p>
Хорошо	<p>Хорошо ставится, если содержание работы достаточно полностью соответствует теме работы. Студент демонстрирует знание материала, умение успешно выполнять курсовой проект, усвоение основной и дополнительной литературы. Достаточно полно освещает актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно обоснование возможности практического использования полученных данных.</p> <p>Студент демонстрирует знание общей и специальной литературы; умение планировать и проводить исследование; способность видеть взаимосвязь проблем и вопросов теории и практики; умение сопоставлять и анализировать научные подходы и идеи; умение излагать материал в соответствии с планом, умение делать выводы и обобщения; умение объяснить и защитить положения работы.</p> <p>Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. В работе представлены структурные и содержательные элементы. Во время публичной защиты отвечает на вопросы по существу работы с помощью преподавателя.</p> <p>Оформление работы отвечает установленным требованиям, имеются несущественные технические недочеты.</p>
Удовлетворительно	<p>Удовлетворительно ставится, если содержание работы недостаточно полностью соответствует выбранной теме работы. В работе допущены погрешности и неточности, имеются одна-две существенных ошибок. Недостаточно освещена актуальность и новизна. Научная терминология используется недостаточно, выводы недостаточно обоснованы.</p> <p>Студент демонстрирует в основном знание лишь общей литературы; недостаточное умение планировать и проводить исследование; недостаточную способность видеть взаимосвязь проблем и вопросов теории и практики; недостаточную сформированность умения объяснить и защитить положения работы.</p> <p>Личный вклад студента в работу недостаточен. Имеется множество заимствований. Во время публичной защиты отвечает не на все вопросы по существу работы. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям, имеются технические недочеты.</p>
Неудовлетворительно	<p>Неудовлетворительно ставится, если содержание работы лишь частично соответствует теме исследования. Выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении курсового проекта. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем творческого продукта. Обучающийся не видит взаимосвязь проблем и вопросов теории и практики; не сформировано умения объяснить и защитить положения работы. Во время публичной защиты не отвечает на вопросы по существу работы либо отвечает неверно.</p> <p>Оформление работы не отвечает установленным требованиям.</p>

### 3.5. Типовые контрольные вопросы для устного опроса на экзамене

1. Психология восприятия рекламного продукта потребителем
2. Физиологические возможности восприятия рекламного продукта.
3. Различия индивидуального и массового восприятия.
4. Эффекты Миллера, Мильштейна. Зависимость Зильске.
5. Имидж и стереотипы в рекламе.
6. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации.
7. Проблема адекватности формы и содержания особенностям индивидуального восприятия.
8. Теория Ж. Бодрийяра о взаимоотношении человека и «вещи».
9. Теория имиджа Д.Огилви.
10. Теория уникального торгового предложения (УТП).
11. Теория «неопровержимых фактов».
12. Теория позиционирования Дж. Траута и Э. Раиса, Л. Ческина.
13. Рекламная концепция и рекламная идея.
14. Форма, содержание и структура рекламного обращения.
15. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции.
16. Представительные модели коммуникации (К. Бюлер, Р. Якобсон, Г. Лассуэл).
17. Реклама как семиотическая система.
18. Семантическая структура рекламного продукта.

19. Семиотические модели в рекламе.
20. Семиотический анализ рекламного продукта.
21. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного продукта.
22. Этапы творческого процесса создания рекламы.
23. Творческая стратегия и ее компоненты.
24. Рекламные формулы.
25. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм.
26. Генезис устных жанров рекламы.
27. Жанры современной радиорекламы и творческие и производственные технологии ее создания.
28. Изобразительные жанры рекламы.
29. Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы.
30. Жанры телевизионной рекламы и творческие технологии ее создания.
31. Разработка стратегии рекламного текста.
32. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях.
33. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе.
34. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.
35. Экспертная система ВААЛ и ее использование при разработке рекламного текста.
36. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте.
37. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы (вид рекламы по выбору студента).
38. Художественное оформление, дизайн и редактирование в рекламе.
39. Художественный креатив в создании рекламного объявления.
40. Визуальные средства рекламы: назначение и выбор, технические методы.
41. Виды упаковок, конструирование упаковки и условия ее изменения.
42. Производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации (СМИ по выбору студента).
43. Производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации (СМИ по выбору студента).
44. Производство рекламного продукта для сети Интернет.

#### Критерии и шкала оценки экзамена по дисциплине

Оценка	Критерии ответа
<b>Отлично</b>	студент демонстрирует соответствие уровня теоретических знаний программным требованиям; свободное воспроизводство теоретической информации; соответствие уровня развития компетенций, практических умений и навыков программным требованиям (конкретные примеры и пояснения из собственной или общедоступной профессиональной практики, иллюстрирующие отдельные теоретические положения); широту кругозора; осмысленность и свободное использования специальной терминологии.
<b>Хорошо</b>	студент демонстрирует соответствие уровня теоретических знаний в большей части программных требований; относительная свободное воспроизводство теоретической информации; соответствие уровня развития компетенций, практических умений и навыков программным требованиям (пояснения и примеры общего характера); достаточную широту кругозора; достаточную осмысленность и относительную свободу использования специальной терминологии.
<b>Удовлетворительно</b>	студент в ответе допускает некоторые затруднения при воспроизводстве теоретической информации; отдельные отступления в части полного воспроизводства компетенций, практических умений и навыков программным требованиям (не вполне владеет актуальной информацией относительно состояния профессиональной практики в разрезе изучаемой дисциплины); замену некоторых профессиональных и специальных терминов синонимами или оборотами из обиходной речи.
<b>Неудовлетворительно</b>	студент демонстрирует отсутствие достаточных теоретических знаний, компетенции не могут быть признаны сформированными.