

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.09.2023 14:52:36
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf706379d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7543985447



Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДЕНО:
Декан факультета журналистики
_____/Ю.В. Шуйская/
«22» июня 2023 г

Рабочая программа дисциплины

Техника и технология создания рекламных сообщений

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:

«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Техника и технология создания рекламных сообщений». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. Смекалина К. С – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 37 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

Смекалина К. С

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «20» июня 2023 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой _____ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – ознакомить обучающихся с современной техникой, используемой в медиаотрасли, **задачи** – дать общеориентирующие знания об особенностях и технологических циклах создания медиапродуктов и рекламных сообщений в различных типах СМИ (печатных и электронных), помочь овладеть первичными навыками работы с текстовыми и аудиовизуальными материалами.

РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Компетентностная карта дисциплины

Таблица 2.1

Общепрофессиональные компетенции

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов.

РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Техника и технология создания рекламных сообщений» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Освоение данной дисциплины базируется на знаниях, полученных при параллельном изучении курса «Основы рекламной деятельности», дисциплины «Введение в специальность», и сочетается с параллельно проходящим выпуском учебной газеты ежедневного типа. Полученные знания апробируются в ходе учебно-ознакомительной практики и закрепляются в дальнейших производственных практиках.

Знания и навыки, приобретенные в результате изучения данного курса, углубляются и конкретизируются в ходе работы обучающихся в учебном тренинге «Основы работы с большими данными», дисциплине «Введение в специальность».

**РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ
(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

Таблица 4.1

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы
на очной форме обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского Типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
2 семестр							
4	144	26		26		56	36 Экзамен
Всего по дисциплине							
4	144	26		26		56	36

Таблица 4.2

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы
на заочной форме обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского Типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
3 семестр							
4	144	4		6		98	36 Экзамен
Всего по дисциплине							
4	144	4		6		98	36

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы), видам текущего контроля

**Распределение учебной нагрузки по темам дисциплины
очная форма обучения**

Темы\ раз- делы(модули)	Контактная работа			Часы СР на подго- товку кур.р.	Ина я СР	Кон- троль	Всег о ча- сов
	Занятия лекцион- ного типа	Занятия се- минарского типа					
		Лаб. р	Прак . /сем.				
1. Печатные СМИ							
Тема 1. Введе- ние в раздел курса «Печат- ные СМИ». Особенности создания ре- кламных сооб- щений	2		2			5	9
Тема 2. Произ- водство ре- кламы в пе- чати: техноло- гические про- цессы и компьютерная технология	2		2			5	9
Тема 3. Кор- ректурa набора и типографика	2		3			5	10
Тема 4. Оформление текста: шрифты в пе- риодических изданиях	1		2			5	8
Тема 5. Оформление текста: ком- плексы офор- мительских элементов	2		2			4	8
Тема 6. Верстка мате- риалов, по- лосы и разво- рота в газете	2		3			4	9
Тема 7. Верстка иллю- страций, заго-	1		2			5	8

ЛОВОЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ и цвет в периодических изданиях								
Тема 8. Модель периодического издания	2		2			5		9
2. Техника и технология радиовещания								
Тема 9. История радио как СМИ и технические средства радиовещания.	2		2			4		8
Тема 10. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании	2		2			4		8
3. Техника и технология телевидения								
Тема 11. История телевидения как СМИ. Цветное телевидение	4		2			5		11
Тема 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении	4		2			5		11
Экзамен							36	36
Всего часов	26		26			56	36	144

Таблица 4.4

**Распределение учебной нагрузки по темам дисциплины
заочная форма обучения**

Темы\ разделы(модули)	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Контактная работа по кур.р.				

		Лаб. р	Прак. /сем.					
1. Печатные СМИ								
Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений	1		1			8		10
Тема 2. Производство рекламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология	0		0			4		4
Тема 3. Корректурa набора и типографика	0		0			8		8
Тема 4. Оформление текста: шрифты в периодических изданиях	0		1			10		11
Тема 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов	1		1			10		12
Тема 6. Верстка материалов, полосы и разворота в газете	1		1			8		10
Тема 7. Верстка иллюстраций, заголовочных комплексов и цвет в периодических изданиях	1		0			8		9
Тема 8. Модель периодического издания	0		0			8		8

2. Техника и технология радиовещания								
Тема 9. История радио как СМИ и технические средства радиовещания.	0		0			10		10
Тема 10. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании	0		1			8		9
3. Техника и технология телевидения								
Тема 11. История телевидения как СМИ. Цветное телевидение	0		0			10		10
Тема 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении	0		1			6		7
Экзамен							36	36
Всего часов	4		6			98	36	144

Таблица 4.5

Содержание разделов дисциплины

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание темы, раздела дисциплины
1. Печатные СМИ	
Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений	<p>Взаимосвязь редакционных и полиграфических процессов. Оформление издания как результат воздействия внутренних и внешних формообразующих факторов. Взаимосвязь типологии издания и его дизайна.</p> <p>Структурные, композиционные и графические характеристики, формирующие «лицо» издания. Образ газеты и журнала и его создание. Современные нормы и правила художественно-технического оформления. Функции ориентации и акцентирования.</p> <p>Совершенствование оформления изданий в условиях внедрения электроники и настольно-издательских систем в работу редакции.</p> <p>Общее и особенное в дизайне газет, журналов и еженедельников. Элементы оформления и их комплексы.</p>

	<p>Единицы измерения авторского оригинала в печатной продукции: авторский и учетно-издательский листы. Физический и условный печатный листы. Другие единицы измерения издания: тираж, экземпляр, тетрадь, страница.</p> <p>Форматы периодических изданий.</p> <p>Газетные форматы: А2 (большой) – 420 x 594 мм; А3 (малый) – 297 x 420 мм; А4 (сверхмалый) – 210 x 297 мм. Рекомендации по использованию форматов в различных видах газет.</p> <p>Стандартные журнальные форматы (в долях печатного листа).</p> <p>Установление форматов полос в газетах и журналах.</p> <p>Размер и количество текстовых колонок в изданиях различных типов и форматов.</p> <p>Особенности создания рекламных материалов в зависимости от формата и типологии СМИ.</p>
<p>Тема 2. Производство рекламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология</p>	<p>Этапы развития полиграфической техники. Понятие о печатной форме. Виды печати (высокая, плоская, глубокая и трафаретная) и области их применения. Каждый из видов печати определяется характером расположения на печатной форме печатающих элементов, с которых изображение переносится на бумагу, и непечатающих элементов, которые образуют пробельные места между изображениями.</p> <p>Офсетная печать – неконтактный, косвенный способ печатания изданий. Основные полиграфические процессы: допечатные, формные, печатные и послепечатные. Материалы для печатания: основные характеристики бумаги и красок для печатной продукции. Техническая оснащённость типографий, выпускающих различную полиграфическую продукцию. Организация работы газетно-журнальной типографии и книжного издательства.</p> <p>Сравнительный анализ современных настольно-издательских систем. Интегрированные системы для обработки текстовой и иллюстрационной информации.</p> <p>Применение локальных и внешних сетей в современном издательстве (архитектура, вычислительные сети, файловый сервер, антивирусная защита, система архивирования, коммуникационный сервер).</p> <p>Верстка рекламы на компьютере. Программное обеспечение процесса верстки.</p> <p>Основные этапы выпуска рекламного сообщения в номере: набор (ввод) текста, сканирование и обработка иллюстраций, макетирование и верстка газетных полос и журнальных разворотов, корректура и изготовление фотоформ.</p>
<p>Тема 3. Корректура набора и типографика</p>	<p>Авторская и издательская (редакционная) корректура. Корректура на бумажных носителях.</p> <p>Корректурные знаки (ГОСТ 7.62-90) уточнения написания букв различных алфавитов, цифр; знаки обозначения начертания шрифтов; знаки расположения элементов текста и иллюстраций; знаки изменения букв, слов (вставка, выкидка, замена) и пробелов; знаки исправления технических дефектов набора; знаки обозначения и исправления макетов и пробельных оттисков (иллюстраций). Правила и техника корректуры. Основные технические правила набора.</p> <p>Настольно-издательские системы и их роль в допечатных процессах.</p> <p>Взаимодействие специалистов рекламного отдела и редакцией издания, в котором издается реклама.</p>

	<p>Понятие «элемент оформления» в газетно-журнальном издании и его применение в рекламном сообщении. Виды элементов: шрифтовые, изобразительные, пробельные и декоративные.</p> <p>Декоративные элементы: линейки, украшения (бордюры, орнаменты, виньетки, политипажи, пиктограммы, инфографика) и необходимость их использования в рекламном сообщении.</p> <p>Пробельные элементы: межбуквенные, междусловные, междустрочные, межколонные. «Воздух» как дизайнерский термин.</p> <p>Изобразительные элементы. Общее и особенное в характеристиках иллюстраций и сложных декоративных элементов. Общий, средний и крупный планы в изобразительных материалах. Штриховые и полутонные иллюстрации. Фотографические, рисованные и комбинированные иллюстрации, их сочетание на полосе, в номере. Жанровые разновидности иллюстраций. Требования к ним как к элементам оформления. Информационная и эстетическая роль иллюстраций.</p>
<p>Тема 4. Оформление текста: шрифты в периодических изданиях</p>	<p>Шрифты, используемые для набора текста. Кегль цифровых шрифтов. Интерлиньяж. Трекинг. Кернинг. Элементы шрифта: основные и соединительные штрихи, засечки, надстрочные и подстрочные элементы. Линия шрифта (базовая). Прописные и строчные буквы.</p> <p>Системы мер, применяемые в издательском деле. Типометрическая система Дидо: пункт (0, 376 мм); цицера (12 пунктов, 4,5 мм); квадрат (48 пунктов, 18 мм). Англо-американская типометрическая система: пойнт (0, 351 мм); пика (12 пойнтов, 4,2 мм); дюйм (72 пойнта, 25,4 мм).</p> <p>Классификация шрифтов по размеру. Шрифты текстовые, титульные (заголовочные) и афишные. Акцидентные шрифты.</p> <p>Классификация шрифтов по начертаниям: по наклону (прямые, курсивные, собственно наклонные), по плотности (узкие, нормальные, широкие), по насыщенности (светлые, полужирные, жирные), по заполненности основных штрихов (нормально заполненные, оттеночные, контурные, штриховые).</p> <p>Классификация шрифтов по рисунку: рубленые, с едва наметившимися засечками, медиевальные, новые малоcontrastные, брусковые, обыкновенные с повышенной контрастностью. Шрифты, не вошедшие в стандартную классификацию.</p> <p>Понятие гарнитуры. Шрифты, используемые в периодических изданиях. Требования к шрифтам: удобочитаемость, емкость (экономичность) и др.</p> <p>Основные текстовые шрифты. Гарнитуры, используемые для набора газетного текста. Журнальные шрифты.</p> <p>Применение различных гарнитур, начертаний и размеров шрифтов для набора публикаций разного размера и жанра. Зависимость размера шрифта от ширины колонки.</p> <p>Стили шрифтового оформления: одно-, мало- и многогарнитурный. Шрифтовые выделения внутри текста.</p> <p>Особенности разметки вводов, эпиграфов, сносок, справок, авторских подписей, подписей под иллюстрациями и других поясняющих комплексов.</p>
<p>Тема 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов</p>	<p>Комплекс оформительских элементов как формально (композиционно) завершенное, но содержательно незаконченное объединение элементов. Комплекс как составная часть материала, подборки, полосы, номера.</p>

	<p>Функциональная дифференциация комплексов: основные и вспомогательные (служебные).</p> <p>Служебные комплексы: титульная часть («фирма»), колонтитул, колонцифра, выходные сведения – и способы их оформления.</p> <p>Основные комплексы: текстовые, заголовочные, иллюстрационные, поясняющие (врезки). Комплексы в рекламе.</p> <p>Текстовые комплексы: абзац, колонка, текст. Полоса как один из основных текстовых комплексов в журнале и способ размещения рекламы на ней.</p> <p>Заголовочные комплексы: простой, сложный, составной. Общее и особенное в заголовочных комплексах газет и журналов, заголовки в рекламе.</p> <p>Иллюстрационный комплекс: блочный, с текстовкой и др. Распашка в журнале как иллюстрационный комплекс.</p> <p>Поясняющие комплексы: вводка, комментарий, эпиграф, посвящение, таблица, сноска, авторская подпись, содержание журнала, анонс и др.</p> <p>Функции изобразительных материалов и иллюстрационных комплексов: ориентирующая, акцентирующая, эстетическая.</p> <p>Виды иллюстраций: рисунки и фотографии. Жанры рисованных иллюстраций: портрет, карикатура, шарж, диаграмма, схема, карта, чертеж и др.</p> <p>Жанры фотоматериалов: фотозаметка, фоторепортаж, фотозарисовка, фотокорреспонденция, фотоочерк, фотомонтаж. Фотография в рекламе.</p> <p>Композиция иллюстраций.</p> <p>Виды верстки иллюстраций: в обрез, открытая, закрытая, вразрез, глухая, в оборку.</p> <p>Соотношение текста и иллюстраций в изобразительных материалах.</p>
<p>Тема 6. Верстка материалов, полосы и разворота в газете</p>	<p>Приготовления к макетированию рекламы на полосе.</p> <p>Виды макетов: по размерам (в натуральную величину, в уменьшении), по характеру изображения (расклейной, графический, компьютерный), по уровню детализации (эскизный, подробный, оригинал-макет) и т. д. Макетные бланки (листы). Методика изготовления шаблонов (макетных бланков) на компьютере. Условные обозначения на макете: изображение заголовков; знаки, обозначающие текст, иллюстрации, линейки. Пояснения и указания на макете.</p> <p>Сравнительные размеры публикаций: маленький, средний и крупный материал. Соотношение объемов текстов в газете и журнале.</p> <p>Варианты разверстки среднего материала на газетной полосе. Минимальное и максимальное число вариантов постановки текста.</p> <p>Верстка крупных материалов: с переносом на другие страницы, с продолжением (окончанием) в следующем номере, «подвалами» и «чердаками». Другие приемы создания иллюзии уменьшения материала: ломаная верстка; разделение на части при помощи подзаголовков, буквиц и т.п.; заверстка в текст иллюстраций и др.</p> <p>Макетирование рекламной полосы и рекламного разворота. План полосы и определение порядка следования всех материалов на странице. Макетирование газетной полосы. Метод «гвоздевой» верстки, планово-композиционный и традиционный приемы макетирования.</p>
<p>Тема 7. Верстка иллюстраций, заголовочных комплексов</p>	<p>Виды верстки иллюстраций и заголовочных комплексов: открытая, закрытая, глухая, вразрез, в оборку, под обрез.</p>

и цвет в периодических изданиях	<p>Виды заголовков: заглавие (собственно заголовок), подзаголовок, надзаголовков, рубрика, шапка, анонсы.</p> <p>Расположение заголовков относительно текста: над текстом, сбоку («боквик»), внутри текста («утопленный»), под текстом.</p> <p>Верстка заголовка: открытая, вразрез, закрытая, глухая, «форточка».</p> <p>Выключка заголовка: на формат, влево, вправо, в красную строку (по центру).</p> <p>Структура заголовка; одно-, двух- и многострочные заголовки. Композиция заголовка: «ленточка», «пирамида», перевернутая «пирамида», «лесенка», «флаговый заголовок» и др.</p> <p>Сложные и составные заголовочные комплексы, их структура и композиция.</p> <p>Шрифтовое оформление заголовков: от газет одного шрифта до многогарнитурных журналов. Шрифтовая гармония и контраст.</p> <p>Восприятие цвета. Яркостная и цветовая адаптации. Цветокоррекция.</p> <p>Цветовые контрасты: одновременный, последовательный, краевой. Максимальный контраст. Гармония цветов.</p> <p>Выделительное и декоративное использование цвета. Цветовая символика и ее связь с дизайном периодического издания.</p> <p>Факторы, определяющие выбор цветового решения в журналах: аудитория и технология выпуска. Цветовые модели оформления журналов: традиционные, обновленные, преобразованные и т.д.</p> <p>Тенденция использования цвета в еженедельных и ежедневных изданиях газетного типа.</p>
Тема 8. Модель периодического издания	<p>Модель – зафиксированный свод приемов и правил оформления периодического издания.</p> <p>Составные части модели: 1) зафиксированная структура издания, 2) размерные стереотипы, 3) типовые макеты, 4) стандартные операции оформления.</p> <p>Методика фиксации структуры: опись тем, рубрик, разделов; каталог; сетевой график. Описательный вариант фиксации.</p> <p>Размерные стереотипы. Объем издания. Форматы полос и ширина колонок. Средние размеры материалов, подборок, блоков. Кегли текстовых и заголовочных шрифтов. Величина пробелов. Модульная сетка.</p> <p>Типовые макеты: блочные макеты-стандарты и эталонные макеты.</p> <p>Стандартные операции и стили шрифтового оформления.</p> <p>Дизайн как моделируемое оформление.</p>
2. Техника и технология радиовещания	
Тема 9. История радио как СМИ и технические средства радиовещания.	<p>Технические предпосылки. Возникновение радио. Оптический телеграф: от Троянской войны до середины XIX в. Электрический телеграф: 1832 г. – Павел Львович Шиллинг – клавишный аппарат; 1838 – Сэмюэл Финли Бриз Морзе – телеграфный код; 1850 – Борис Семенович Якоби – операции телеграфного аппарата с печатными символами; 1876 – Александр Грэхем Белл – патент на телефон. Реализация радиосвязи: 7 мая 1895 – Александр Степанович Попов – публичная демонстрация радиосвязи, 8 марта 1896 – первая радиограмма «Генрих Герц». Декабрь 1901 – радиопередача через Атлантику. Гульельмо Маркони (параллельные исследования с Поповым).</p> <p>Основные этапы развития звукозаписи: механический (валик, бобина с проволокой, виниловый диск), фотографический (кинопленка), магнитная (аналоговая и цифровая).</p>

	<p>Принцип действия микрофонов. Устройство микрофонов. Типы микрофонов. Параметры и характеристики микрофонов. Типы направленности микрофонов. Виды микрофонов: студийные, ручные, петличные, накамерные и т. д. Особенности использования микрофонов.</p> <p>Классификация и типы записывающих устройств. Аналоговая и цифровая передача звукового сигнала. Линейные и нелинейные носители.</p> <p>Виды рекордеров: магнитофон, мини-диск, CD-R, харддиск-рекордер и др.</p>
<p>Тема 10. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании</p>	<p>Звуковые рабочие станции. Виды звуковых рабочих станций: монтажная, рабочее место журналиста, вещательная, архивная. Особенности аппаратного и программного обеспечения разных типов станций.</p> <p>Устройства обработки звука. Типы приборов обработки звука: 1) динамические (компрессор, лимитер); 2) частотные (эквалайзер, фильтр присутствия); 3) пространственные (ревербератор, задержка); 4) психоакустический (эксайтер).</p> <p>Особенности рекламных сообщений на радио. Обязательные составляющие рекламного радиосообщения. Форматы радиорекламы.</p>
<p>3. Техника и технология телевидения</p>	
<p>Тема 11. История телевидения как СМИ. Цветное телевидение</p>	<p>Технические предпосылки возникновения телевидения: камера обскура, фотография (дагерротип). Кинематограф – 28 декабря 1895 г. – братья Люмьеры. Специфика человеческого глаза в области восприятия света и цвета. Механическое (малострочное) телевидение. 1884 г. – Пауль Нипков – изобретение диска Нипкова для развертки изображения, 1928 г. – практическая реализация. Варианты разложения изображения с 30 строк (12,5 кадр/сек.) до 180. Технологический тупик. Электронное телевидение. 26 февраля 1888 г. – Александр Григорьевич Столетов – явление фотоэффекта. Борис Львович Розинг – электронно-лучевая трубка. Владимир Козьмич Зворыкин – иконоскоп. Дэвид Сарнов – «RCA». Развертка от 100 до 1000 строк.</p> <p><i>Форматы записи телевизионного сигнала.</i> Многообразие стандартов и форматов телевизионного сигнала. PAL, SECAM, NTSC. Основные различия и зоны их распространения.</p> <p><i>Организация доставки сигналов национального и регионального телевидения.</i> Доставка сигнала по релейным линиям, по спутниковому каналу, по кабелю и по оптическому проводу. Различия в форматах и содержании вещания общенациональных и региональных станций.</p>
<p>Тема 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении</p>	<p>Структура вещательного тракта телевидения. Компоненты студии и тракта.</p> <p>Создание рекламного сообщения для телевидения. Форматы рекламных видеороликов. Технологии, которые применяются в рекламе.</p> <p>Перспективы телевизионных технологий. Цифровое телевидение. Интерактивное телевидение. Глобальное телевидение. Сближение телевидения и Интернета.</p>

ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного

материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

Тема № 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений

1. Единицы измерения издания и его форматы».
2. Образ газеты и журнала и его создание».

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 2. Производство рекламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология

1. Основные полиграфические процессы.
2. Знакомство с процессом верстки и ее программным обеспечением.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 3. Корректурa набора и типографика.

1. Корректурные знаки (ГОСТ 7.62-90).

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 4. Оформление текста: шрифты в периодических изданиях.

1. Шрифты и их классификация.
2. Шрифтовые гарнитуры и начертания.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов.

1. Виды комплексов оформительских элементов.
2. Оформление заголовочного комплекса (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий).

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. — М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 6. Верстка материалов, полосы и разворота в газете.

1. Виды макетов. Макетирование полосы и журнального разворота.
2. Верстка и ее виды.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. — М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 7. Верстка иллюстраций, заголовочных комплексов и цвет в периодических изданиях.

1. Заголовки: виды, структура, верстка.
2. Иллюстрация в издании (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий (по предложению преподавателя)).

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. — М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 8. Модель периодического издания.

1. Диалоги с обучающимся о модели периодического издания.
2. Дизайн как моделируемое оформление.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 9. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании

1. Возникновение радио. Основные этапы развития звукозаписи.
2. Знакомство с устройством и принципом действия аудиозаписывающей аппаратуры.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 10. Организация современного радиовещания и его форматы.

1. Прослушивание фонограмм и оценка радиоэфира.
2. Современные форматы радиовещания.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 11. История телевидения как СМИ. Цветное телевидение.

1. Этапы становления и развития телевидения.
2. Цветное телевидение: форматы записи сигнала.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. —

М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении

1. Телевидение и интернет: вместе или врозь?
2. Знакомство с структурой и компонентами телестудии.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. — М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Для заочной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

Тема № 3. Корректурка набора и типографика.

2. Корректурные знаки (ГОСТ 7.62-90).

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. — М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 4. Оформление текста: шрифты в периодических изданиях.

3. Шрифты и их классификация.
4. Шрифтовые гарнитуры и начертания.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. — М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов.

1. Виды комплексов оформительских элементов.
2. Оформление заголовочного комплекса (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий).

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в ди-зайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 8. Модель периодического издания.

3. Диалоги с обучающимся о модели периодического издания.
4. Дизайн как моделируемое оформление.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 10. Организация современного радиовещания и его форматы.

3. Прослушивание фонограмм и оценка радиоэффира.
4. Современные форматы радиовещания.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Тема № 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении

3. Телевидение и интернет: вместе или врозь?
4. Знакомство с структурой и компонентами телестудии.

Литература:

Основная:

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специально-стям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО в целях реализации компетентного подхода в учебном процессе дисциплины «Техника и технология создания ре» предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Обсуждение вопросов, выносимых на семинарские занятия, происходит как в традиционной форме контроля текущих знаний, так и в форме обсуждений, сориентированных на творческое осмысление обучающимся наиболее сложных аспектов в ходе их знакомства с современной техникой, используемой в СМИ, особенностями и технологическими циклами создания медиапродукта и выпуска печатных и электронных изданий. На занятиях проводятся итоги заданий и лабораторных работ.

Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных практических занятиях

Таблица 5.1

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Единицы измерения издания и его форматы». Дискуссия на тему «Образ газеты и журнала и его создание».	2
Тема 2. Производство рекламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Основные полиграфические процессы». Лабораторная работа. Знакомство с процессом верстки и ее программным обеспечением.	2
Тема 3. Корректурная работа и типографика	Лабораторная работа. Корректурные знаки (ГОСТ 7.62-90). «Круглый стол» на тему «Иллюстрации: виды, жанры, информационная и эстетическая роль».	2
Тема 4. Оформление текста: шрифты в периодических изданиях	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Шрифты и их классификация». Лабораторная работа. Шрифтовые гарнитуры и начертания.	2
Тема 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Виды комплексов оформительских элементов». Лабораторная работа. Оформление заголовочного комплекса (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий).	2
Тема 6. Верстка материалов, полосы и разворота в газете	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Виды макетов. Макетирование полосы и журнального разворота».	2

	Опрос по теме «Верстка и ее виды».	
Тема 7. Верстка иллюстраций, заголовочных комплексов и цвет в периодических изданиях	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Заголовки: виды, структура, верстка». Лабораторная работа. Иллюстрация в издании (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий (по предложению преподавателя)).	2
Тема 8. Модель периодического издания	Семинарское занятие. Диалоги с обучающимся о модели периодического издания. «Круглый стол». Обсуждение эссе на тему «Дизайн как моделируемое оформление».	2
Тема 9. История радио как СМИ и технические средства радиовещания.	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Возникновение радио. Основные этапы развития звукозаписи». Лабораторная работа. Знакомство с устройством и принципом действия аудиозаписывающей аппаратуры. Экскурсия на радиостанцию.	2
Тема 10. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании	Лабораторная работа. Прослушивание фонограмм и оценка радиоэфира. «Круглый стол». Обсуждение эссе на тему «Современные форматы радиовещания».	2
Тема 11. История телевидения как СМИ. Цветное телевидение	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Этапы становления и развития телевидения». Опрос по теме «Цветное телевидение: форматы записи сигнала».	2
Тема 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении	Семинарское занятие. «Круглый стол». Обсуждение эссе на тему «Телевидение и интернет: вместе или врозь?». Экскурсия на телестудию – знакомство с ее структурой и компонентами.	2

Таблица 5.2

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Единицы измерения издания и его форматы». Дискуссия на тему «Образ газеты и журнала и его создание».	1
Тема 2. Производство рекламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Основные полиграфические процессы». Лабораторная работа. Знакомство с процессом верстки и ее программным обеспечением.	1
Тема 3. Корректурa набора и типографика	Лабораторная работа. Корректурные знаки (ГОСТ 7.62-90). «Круглый стол» на тему «Иллюстрации: виды, жанры, информационная и эстетическая роль».	1

Тема 4. Оформление текста: шрифты в периодических изданиях	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Шрифты и их классификация». Лабораторная работа. Шрифтовые гарнитуры и начертания.	1
Тема 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Виды комплексов оформительских элементов». Лабораторная работа. Оформление заголовочного комплекса (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий).	1
Тема 6. Верстка материалов, полосы и разворота в газете	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Виды макетов. Макетирование полосы и журнального разворота». Опрос по теме «Верстка и ее виды».	1
Тема 7. Верстка иллюстраций, заголовочных комплексов и цвет в периодических изданиях	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Заголовки: виды, структура, верстка». Лабораторная работа. Иллюстрация в издании (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий (по предложению преподавателя)).	1
Тема 8. Модель периодического издания	Семинарское занятие. Диалоги с обучающимся о модели периодического издания. «Круглый стол». Обсуждение эссе на тему «Дизайн как моделируемое оформление».	1
Тема 9. История радио как СМИ и технические средства радиовещания.	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Возникновение радио. Основные этапы развития звукозаписи». Лабораторная работа. Знакомство с устройством и принципом действия аудиозаписывающей аппаратуры. Экскурсия на радиостанцию.	1
Тема 10. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании	Лабораторная работа. Прослушивание фонограмм и оценка радиоэфира. «Круглый стол». Обсуждение эссе на тему «Современные форматы радиовещания».	1
Тема 11. История телевидения как СМИ. Цветное телевидение	Семинарское занятие. «Круглый стол» на тему «Этапы становления и развития телевидения». Опрос по теме «Цветное телевидение: форматы записи сигнала».	1
Тема 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении	Семинарское занятие. «Круглый стол». Обсуждение эссе на тему «Телевидение и интернет: вместе или врозь?». Экскурсия на телестудию – знакомство с ее структурой и компонентами.	1

ПРАКТИКУМ

Компьютерная верстка как неотъемлемая часть журналистской работы

Основные этапы электронной организации журналистского материала. Назначение и различия наборных и верстальных программ. Настольные издательские комплексы. Их назначение и совместимость отдельных компонентов.

Инструментарий верстальных и графических программ

Панели инструментов и их расположение на рабочем столе. Назначение опций, характерных для совместимых программ: редактировать, вырезать, скопировать, вставить, импортировать, экспортировать, скомпоновать для принтера, печать в файл.

Типометрия

Основная единица типометрической системы измерений – типографский пункт. Система Дидо и система Пика. История их создания и принципиальные различия. Типографский пункт в системе Дидо и системе Пика.

Работа с файлами

Создание публикаций и папок. Архивирование. Создание и использование текстовых и графических файлов с различными расширениями. Система межфайловых связей OLE. PS и PDF файлы.

Модульная верстка

Модуль как единица создания графического макета. Модуль на текстовых и рекламных полосах. Модульная сетка изданий различных форматов. Законы пропорции и единства стиля.

Работа с текстом

Импорт текста и его размещение. Работа с текстовыми блоками. Размещение и перемещение текстовых блоков. Разбивка текста на колонки. Работа внутри текстовых блоков. Задание параметров шрифта: кегль, гарнитура, начертание. Задание параметров абзаца: отбивки, отступы, интерлиньяж.

Работа с иллюстрациями

Определение качества иллюстративного материала. Обработка иллюстраций в графических программах. Импортирование иллюстраций различных форматов в верстальные программы. Понятие растра. Размещение иллюстраций на полосе. Увеличение, уменьшение, редактирование, кадрирование, изменение форматирования. Привязка иллюстраций к тексту. Инфографика.

Формирование полос и разворотов

Понятие компьютерной полосы. Перемещение и перенумерация полос в процессе верстки. Шаблон полосы. Группирование файлов и перенос их с одной полосы на другую. Особенности верстки и формирования разворотов. Формат полос по размеру. Основные форматы, используемые в издательском деле. Масштабирование полос в процессе верстки. Работа с линейками и направляющими. Установка полей. Верстка сверхмалых (A5 и менее) и сверхбольших (A2) форматов.

Работа с цветом

Соотношение и сочетание цветов на полосах. Палитра цветов. Системы передачи цвета: CMYK, PANOSE, RGB. Разложение по цветам. Полноцветная печать.

Взаимодействие программ в процессе компьютерной верстки. Дополнительные возможности

Создание иллюстративных и текстовых элементов в графических программах и экспорт их в верстальные. Передача данных из одной программы в другую через буфер обмена. Изменение электронного формата файлов для экспорта в другую программу.

Создание библиотеки графики и цветов в верстальной программе. Спецэффекты. Скачивание данных из Интернета и создание WEB-страниц в верстальных программах. Использование табличных редакторов для создания сложных таблиц и импортирование их в верстальные программы.

РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наряду с практическими занятиями неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, происходит наработка практических навыков, осмысление полученного профессионального опыта. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, оценку и обзор устройства и оформления полос в периодических изданиях; ответы на контрольные вопросы; выполнение заданий, лабораторных работ. Выполнение всех видов самостоятельной работы направлено на получение обучающимися навыков подготовки номеров периодической печати к выпуску и на выработку умения квалифицированно оценивать и анализировать структурные, композиционные и графические характеристики, формирующие лицо издания.

Таблица 6.1

Самостоятельная работа

Наименование разделов/тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений	Из чего складывается оформление издания? Подготовка тезисов к дискуссии «Образ газеты и журнала и его создание». Как связаны редакционные и полиграфические процессы? Каковы основные элементы оформления издания? Подготовка к «круглому столу»: уяснение размерных характеристик изданий. Задание 1. Сравнить количество и размеры текстовых колонок в 3–4 различных изданиях.
Тема 2. Производство рекламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология	Каковы этапы развития полиграфической техники? Что такое офсетная печать? Подготовка тезисов к «круглому столу» «Основные полиграфические процессы». Что такое верстка издания и какими программами пользуются при верстке полос на компьютере? Задание 2. Описать основные этапы выпуска номера издания. Какие системы используются для обработки текстовой и иллюстрационной информации?
Тема 3. Корректурa набора и типографика	Подготовка тезисов к теме «круглого стола» «Иллюстрации: виды, жанры, информационная и эстетическая роль». Каковы правила корректуры? Какова роль настольно-издательских систем в допечатных процессах? Как организуется работа редакции над выпуском номера? Подготовка к лабораторной работе по ГОСТу 7.62-90. Какие бывают планы в изобразительных материалах?

<p>Тема 4. Оформление текста: шрифты в периодических изданиях</p>	<p>Подготовка тезисов к теме круглого стола: «Шрифты и их классификация». Каковы элементы шрифта? Какие системы мер применяются в издательском деле? Что такое гарнитура? Подготовка к лабораторной работе «Шрифтовые гарнитуры и начертания». Каковы стили шрифтового оформления? Задание 3. «Шрифт как образ».</p>
<p>Тема 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов</p>	<p>Каковы функции изобразительных материалов и иллюстративных комплексов? Подготовка тезисов к теме круглого стола: «Виды комплексов оформительских элементов». Подготовка к лабораторной работе по оформлению заголовочного комплекса. Составной частью чего выступает комплекс оформительских элементов? Каковы жанры рисованных иллюстраций? Каковы виды верстки иллюстраций? Задание 4. Шрифтовые и композиционные способы оформления текста (предварительный самостоятельный подбор образцов из 3–4 изданий по выбору обучающегося).</p>
<p>Тема 6. Верстка материалов, полосы и разворота в газете</p>	<p>Подготовка к опросу по теме «Верстка и ее виды». Подготовка тезисов к теме «круглого стола» «Виды макетов. Макетирование полосы и журнального разворота». Каково соотношение объемов текстов газете и журнале? Какие могут быть условные обозначения, пояснения и указания на макете? Каково минимальное и максимальное число вариантов постановки текста? Задание 5. Верстка полосы. Что такое метод «гвоздевой» верстки?</p>
<p>Тема 7. Верстка иллюстраций, заголовочных комплексов и цвет в периодических изданиях</p>	<p>Подготовка тезисов к теме «круглого стола» «Заголовки: виды, структура, верстка». Подготовка к лабораторной работе. Каковы виды верстки иллюстраций и заголовочных комплексов? Какие бывают цветовые контрасты? Каковы цветовые модели оформления журналов? Что такое выключка заголовка?</p>
<p>Тема 8. Модель периодического издания</p>	<p>Что такое модель периодического издания? Подготовка эссе на тему «Дизайн как моделируемое оформление». Какие бывают типовые макеты? Задание 6. Мои знания и представления о модели». В чем заключается методика фиксации структуры?</p>
<p>Тема 9. История радио как СМИ и технические средства радиовещания.</p>	<p>Подготовка тезисов к теме «круглого стола» «Возникновение радио. Основные этапы развития звукозаписи». Подготовка к лабораторной работе.</p>

	<p>Каковы были технические предпосылки возникновения радио?</p> <p>Кто и когда продемонстрировал публично радиосвязь?</p> <p>Как устроен микрофон?</p> <p>Каковы виды микрофонов?</p>
<p>Тема 10. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании</p>	<p>Подготовка эссе на тему «Современные форматы радиовещания».</p> <p>Подготовка к лабораторной работе.</p> <p>Какие бывают звуковые рабочие станции?</p> <p>Каковы типы приборов обработки звуков?</p> <p>Задание 7. Подготовка фонограммы собственного голоса.</p> <p>Каковы особенности вещания в разных волновых диапазонах?</p> <p>Какова функциональная структура радиостанции?</p>
<p>Тема 11. История телевидения как СМИ. Цветное телевидение</p>	<p>Подготовка тезисов к теме «круглого стола» «Этапы становления и развития телевидения».</p> <p>Подготовка по теме «Цветное телевидение».</p> <p>Задание 8. Оценка видеоматериала.</p> <p>Каковы были технические предпосылки возникновения телевидения?</p> <p>Как организуется доставка сигналов национального телевидения?</p>
<p>Тема 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении</p>	<p>Подготовка эссе на тему «Телевидение и Интернет: вместе или врозь?»</p> <p>Какие есть форматы видеозаписи?</p> <p>Каковы функции станций монтажа?</p> <p>Как устроена телестудия?</p>

6.1. Темы эссе¹

1. Единицы измерения издания и его форматы.
- 1а. Образ газеты и журнала и его создание.
2. Основные полиграфические процессы.
3. Иллюстрации: виды, жанры, информационная и эстетическая роль.
4. Шрифты и их классификация.
5. Виды комплексов оформительских элементов.
6. Виды макетов. Макетирование полосы и журнального разворота.
7. Заголовки: виды, структура, верстка.
8. Дизайн как моделируемое оформление.
9. Возникновение радио. Основные этапы развития звукозаписи.
10. Современные форматы радиовещания.
11. Этапы становления и развития телевидения.
12. Телевидение и Интернет: вместе или врозь?

6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

1. Каковы этапы развития полиграфической техники?
2. Что такое офсетная печать?
3. Что такое верстка издания и какими программами пользуются при верстке полос на компьютере?
4. Каковы правила корректуры?

¹Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

5. Какова роль настольно-издательских систем в допечатных процессах?
6. Как организуется работа редакции над выпуском номера?
7. Подготовка к лабораторной работе по ГОСТу 7.62-90.
8. Какие бывают планы в изобразительных материалах?

РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. В процессе освоения учебной дисциплины «Техника и технология СМИ» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице 7.1.

Таблица 7.1

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы/ средства контроля
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных			
ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктов	Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений Тема 2. Производство рекламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология Тема 8. Модель периодического издания Тема 10. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании Тема 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении	Как совершенствуется оформление изданий в условиях внедрения электроники и настольно-издательских систем? Какие можно было бы сделать рекомендации по использованию форматов в тех или иных газетах? Какие локальные и внешние сети применяются в современном издательстве? Что включает в себя методика фиксации структуры издания? Как устроен радиодом? Как устроена телестудия? Подготовка реферата (тема по выбору обучающегося).	Устный опрос (темы 1, 2, 8, 10, 12). Написание эссе (темы 1 - 10)

<p>ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений Тема 8. Модель периодического издания Тема 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении</p>	<p>Как совершенствуется оформление изданий в условиях внедрения электроники и настольно-издательских систем? телестудия? Какие локальные и внешние сети применяются в современном издательстве?</p>	<p>Устный опрос (темы 1, 8, 12) Выполнение практических заданий (задания 2 -8)</p>
<p>ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов.</p>	<p>Тема 2. Производство рекламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология Тема 8. Модель периодического издания Тема 10. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании</p>	<p>Какие можно было бы сделать рекомендации по использованию форматов в тех или иных газетах? Что включает в себя методика фиксации структуры издания? Как устроен радиодом? Как совершенствуется оформление изданий в условиях внедрения электроники и настольно-издательских систем?</p>	<p>Вопросы для подготовки к экзамену (вопросы 1 – 10) Устный опрос (темы 2, 8, 10)</p>

7.2. Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации экзамену Печатные СМИ

1. Виды печати и области их применения.
2. Флексографская печать.
3. Офсетный способ печати и области его применения.
4. CtP-технология и цифровая печать.
5. Тигельные, плоскочечатные и ротационные машины.
6. Офсетные печатные машины.
7. Настольно-издательские системы.
8. Верстка газетных и журнальных полос.
9. Допечатные процессы.
10. Цифровые шрифты. Кегль и интерлиньяж. Трекинг и кернинг.
11. Правила набора. Абзацный отступ.
12. Правила набора. Концевая строка.

13. Правила набора. Междусловные пробелы.
14. Правила набора. Переносы в газетном и журнальном тексте.
15. Правила набора. «Коридоры» и «чужие» буквы.
16. Правила верстки. Приведение строк и «висячие» строки.
17. Системы мер, применяемые в полиграфии.
18. Единицы системы Дидо: пункт, цицера, квадрат.
19. Англо-американская система типографских мер.
20. Тенденции развития полиграфии.
21. Этапы развития полиграфической техники.
22. Специальные виды печати. Возможности использования их в СМИ.
23. Главные факторы формообразования газеты и журнала.
24. Взаимодействие содержания и формы периодического издания.
25. Структура периодического издания.
26. Композиция периодического издания.
27. Комплексное моделирование газеты.
28. Способы и средства акцентирования и ориентации в газете и журнале.
29. Цвет в газете и журнале.
30. Элементы оформления и комплексы элементов.
31. Дизайн газеты и журнала.
32. Размерные характеристики периодических изданий.
33. Форматы журналов.
34. Количество и форматы колонок в газетах различных форматов.
35. Верстка и виды верстки газетных полос.
36. Титульный комплекс. Колонтитулы. Выходные сведения.
37. Заголовочный комплекс. Виды заголовков и их оформление.
38. Иллюстрация в газете и журнале.
39. Классификация шрифтов по размеру.
40. Классификация шрифтов по начертанию.
41. Классификация шрифтов по рисунку (группа рубленых шрифтов и шрифтов с едва наметившимися засечками, группа медиевальных шрифтов и т. д.).
42. Понятие о гарнитуре. Основные гарнитуры шрифтов, применяемые в газетах и журналах.
43. Стили шрифтового оформления периодических изданий.
44. Корректурная в газете. Правила корректуры.
45. Корректурные знаки по ГОСТ 7.62-90.
46. Макетирование рекламной полосы и разворота.

Радио

1. Физическая природа звука.
2. Этапы развития звукозаписи.
3. Микрофоны: конструкция, характеристики, применение.
4. Устройство радиодома.
5. Система средств радиовещания.
6. Характеристики вещательного сигнала.
7. Запись и монтаж фонограмм для создания рекламного продукта.
8. Форматы радиовещания.
9. Характеристика частотного диапазона радиовещания.
10. Организация радиовещания в России (история и современность).

Телевидение

1. Свето-цветовое восприятие человека и технических средств.
2. Телевизионные стандарты.
3. Формирование и передача телевизионного сигнала.
4. Форматы видеозаписи. Способы создания рекламных роликов.

5. Системы цветного телевидения.
6. Устройство телецентра.
7. Внестудийная работа: ПТС и ТЖК.
8. Линейный и нелинейный монтаж. Монтаж рекламных роликов.
9. Способы доставки телевизионного продукта.
10. Организация телевидения в России (история и современность).

7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний²

1. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму:

- 1. рекламодатель
- 2. рекламораспространитель
- 3. рекламопроизводитель
- 4. потребитель рекламы

2. Что не относится к понятию «рекламное агентство»?

- 1. компания-посредник на рынке рекламных услуг
- 2. организация, выполняющая поручения учреждений или частных лиц по их продвижению на рынке
- 3. креативное агентство
- 4. средство массовой коммуникации

3. Что входит в спектр услуг рекламного агентства полного цикла?

- 1. разработка сценария, медиаразмещение и трансляция радиороликов
- 2. расчет бюджета рекламной кампании, медиапланирование и медиаразмещение
- 3. постановка бизнес-задач и разработка бизнес-стратегий
- 4. расчет прибыли компании после проведения рекламных мероприятий

4. Что не входит в основные задачи рекламного агентства?

- 1. хорошо знать рекламируемый товар
- 2. знать законодательство
- 3. разбираться в финансовой деятельности рекламодателя
- 4. изучить потребителя

5. Основные источники заработка рекламного агентства:

- 1. руководство проектами
- 2. торговля товарами массового потребления

²Рубежный контроль знаний проводится для обучающихся очной формы обучения и оценивается по шкале «зачтено» \ «не зачтено»

- 3. инвестиционная деятельность
- 4. спонсорство

6. Что включает в себя стадия рекламного процесса «Анализ и проектирование рекламно-маркетинговых коммуникаций»?

- 1. знакомство с компанией Заказчика
- 2. выявление возможностей и потенциалов для коммуникаций
- 3. размещение рекламных материалов в СМИ
- 4. заключение договора на отдельные виды рекламных услуг и работ

7. Кто в рекламном агентстве отвечает за коммуникацию с рекламодателем и выполнение рекламных проектов?

- 1. директор
- 2. заместитель Генерального директора
- 3. менеджер
- 4. арт-директор

8. Что входит в задачи копирайтера?

- 1. копирование документов
- 2. написание рекламных текстов
- 3. съемка и изготовление рекламных роликов
- 4. планирование рекламных коммуникаций

9. Что не относится к процессу производства рекламных материалов?

- 1. постпродакшн
- 2. размещение в СМИ
- 3. получение заказа от рекламодателя
- 4. печать рекламного баннера

10. Что не относится к задачам клиентского отдела рекламного агентства?

- 1. поиск заказчиков
- 2. реализация рекламных проектов
- 3. разработка дизайна
- 4. предоставление отчетов рекламодателю об итогах рекламной кампании

Темы заданий

1. Знакомство с процессом верстки и ее программным обеспечением.
2. Корректирующие знаки (ГОСТ 7.62-90).
3. Шрифтовые гарнитуры и начертания.
4. Оформление заголовочного комплекса (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий).
5. Иллюстрация в издании (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий (по предложению преподавателя)).

6. Знакомство с устройством и принципом действия аудиозаписывающей аппаратуры.
7. Экскурсия на радиостанцию.
8. Прослушивание фонограмм и оценка радиоэффира.
9. Экскурсия на телестудию – знакомство с ее структурой и компонентами.

7.4. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания

7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.1.1

Шкала оценивания на экзамене

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
Хорошо	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Шкала оценивания на рубежном контроле

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

7.4.2 Письменной работы (эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.2.1

Шкала оценивания эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

7.4.3 Тестирование

Таблица 7.4.3

Шкала оценивания тестирования

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки — это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

Устный опрос — это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

Семинарские занятия - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Casestudy) – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература³

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная литература⁴

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453.html>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. — Б.г. — Доступ к данным: открытый. — Режим доступа: <http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. — Б.г. — Доступ к данным: Открытый. — Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus: бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. — Б.г. — Доступ к данным: открытый. — Режим доступа: <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. — Б.г. — Доступ к данным: открытый. — Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

³ Из ЭБС университета

⁴ Из ЭБС университета

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г.
№009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792
(бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г.
№9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO
-3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г.
№009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792
(бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г.
№9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO
-3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория для проведения учебных занятий для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная учебная мебель: комплект специальной учебной мебели Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории: доска аудиторная маркерная компьютер, проектор, экран, наборы демонстрационного оборудования
Помещение для самостоятельной работы	компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

	Принтер Комплект специальной учебной мебели
--	--

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).