

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.06.2024 11:40:06  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf706379d98ec1c5bb2f5eb89c29abfd7543995447



**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/

«10» июня 2024 г

**Рабочая программа дисциплины**

**Брендинг и нейминг**

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**

**Москва**

**Рабочая программа** учебной дисциплины «Брендинг и нейминг». 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». – 21 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (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, медиакommunikаций и рекламы «10» июня 2024 г., протокол № 8.

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

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ /О.Е. Стёпкина/  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** дисциплины – формирование у студентов необходимой базы теоретических знаний и практических навыков в сфере нейминга как теоретической и практической дисциплины, а также специфической технологии (предбрендинг).

Из цели курса вытекают задачи, реализация которых в ходе изучения дисциплины позволяет достигнуть поставленной цели.

**Задачи** дисциплины:

1. рассмотрение нейминга как науки и технологии,
2. изучение лингвофилософских, семиотических, социолингвистических и лингвокультурных основ нейминга,
3. системы русского языка как основы нейминга,
4. формирование навыков творческого подхода к организации процесса нейминга.

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

| Код компетенции | Формулировка компетенции  | Индикаторы достижения компетенции  |
|-----------------|---|--|
| ПК-5            | Способен формировать требования к создаваемому сценарному материалу | <b>ИПК-5.1. Знать</b> принципы создания и редактирования текстов<br><b>ИПК-5.2. Уметь</b> подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов<br><b>ИПК-5.3. Владеть</b> навыками принятия оперативных обоснованных решений |

## РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ

### ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Брендинг и нейминг» изучается очной группой в 4 семестре, заочной группой – в 6 семестре, входит в часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е.

## РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ

(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

### Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

#### на очной форме обучения

| Семестр 4 |       |        |                      |                      |          |                         |   |                        |                  |                                    |
|-----------|-------|--------|----------------------|----------------------|----------|-------------------------|---|------------------------|------------------|------------------------------------|
| з.е.      | Итого | Лекции | Лабораторные занятия | Практические занятия | Семинары | Курсовое проектирование | Самостоятельная работа под руководством преподавателя | Самостоятельная работа | Текущий контроль | Контроль, промежуточная аттестация |
| 3         | 108   | 30     |                      | 20                   | 18       | 10                      |   | 28                     |                  | 2<br>зачет                         |

**на заочной форме обучения**

| Семестр 6 |           |                |  |  |                    |  |  |                                     |                               |   |
|-----------|-----------|----------------|--|--|--------------------|--|--|-------------------------------------|-------------------------------|---|
| з.е.      | Ито<br>го | Ле<br>кц<br>ии | Ла-<br>бо-<br>ра-<br>тор-<br>ные<br>заня-<br>тия | Прак-<br>тиче-<br>ские<br>заня-<br>тия | Се-<br>ми-<br>нары | Курсо-<br>вое<br>проект-<br>тирова-<br>ние | Само-<br>стоя-<br>тельная<br>работа<br>под ру-<br>ковод-<br>ством<br>препо-<br>дава-<br>теля | Само-<br>стоя-<br>тельная<br>работа | Теку-<br>щий<br>кон-<br>троль | Контроль,<br>промежу-<br>точная ат-<br>тестация |
| 3         | 108       | 2              |  |  | 6                  | 10   |  | 86                                  |                               | 4<br>зачет                                      |

**Тематический план дисциплины**

**Очная форма обучения**

| Разделы /<br>Темы   | Лек-<br>ции | Лабора-<br>торные<br>занятия | Практи-<br>ческие<br>занятия | Семи-<br>нары | Самостоя-<br>тельная<br>работа | Теку-<br>щий<br>кон-<br>троль | Кон-<br>троль,<br>промежу-<br>точная<br>аттеста-<br>ция | Всего<br>часов |
|---|-------------|------------------------------|------------------------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|---|----------------|
| 4 семестр   |             |                              |                              |               |                                |                               |   |                |
| Тема<br>1.<br>Клас-<br>сифи-<br>кация<br>ре-<br>клам-<br>ного<br>имени,<br>спо-<br>собы<br>созда-<br>ния и<br>прин-<br>ципы<br>номинации. | <b>2</b>    |                              | <b>2</b>                     | <b>2</b>      | <b>2</b>                       |                               |   | <b>8</b>       |
| Тема 2. Па-<br>раметры,<br>обеспечива-<br>ющие эф-<br>фективность<br>нейма.   | <b>2</b>    |                              | <b>4</b>                     | <b>2</b>      | <b>2</b>                       |                               |   | <b>10</b>      |

|   |           |  |           |           |           |  |          |            |
|---|-----------|--|-----------|-----------|-----------|--|----------|------------|
| Тема 3. Технологии разработки нейма.            | <b>2</b>  |  | <b>2</b>  | <b>2</b>  | <b>4</b>  |  |          | <b>10</b>  |
| Тема 4. Логотип в рекламном имени.              | <b>2</b>  |  | <b>2</b>  | <b>2</b>  | <b>4</b>  |  |          | <b>10</b>  |
| Тема 5. Нейм в рекламном тексте.                | <b>6</b>  |  | <b>2</b>  | <b>2</b>  | <b>4</b>  |  |          | <b>14</b>  |
| Тема 6. Структурный анализ рекламного обращения | <b>6</b>  |  | <b>4</b>  | <b>2</b>  | <b>4</b>  |  |          | <b>16</b>  |
| Тема 7. Текст рекламного обращения.             | <b>6</b>  |  | <b>2</b>  | <b>2</b>  | <b>4</b>  |  |          | <b>14</b>  |
| Тема 8. Алгоритм создания рекламного продукта.  | <b>4</b>  |  | <b>2</b>  | <b>4</b>  | <b>4</b>  |  |          | <b>14</b>  |
| Курсовая работа                                 |           |  |           |           |           |  |          | <b>7</b>   |
| Зачет   |           |  |           |           |           |  | <b>2</b> | <b>2</b>   |
| Итого за 4 семестр                              | <b>30</b> |  | <b>20</b> | <b>18</b> | <b>28</b> |  | <b>2</b> | <b>108</b> |

### Заочная форма обучения

| Разделы / Темы                                  | Лекции   | Лабораторные занятия | Практические занятия | Семинары | Самостоятельная работа | Текущий контроль | Контроль, промежуточная аттестация | Всего часов |
|---|----------|----------------------|----------------------|----------|------------------------|------------------|------------------------------------|-------------|
| <b>6 семестр</b>                                |          |                      |                      |          |                        |                  |                                    |             |
| Тема 1. Классификация рекламного имени, способы | <b>1</b> |                      |                      |          | <b>10</b>              |                  |                                    | <b>11</b>   |

|  |          |  |  |          |           |  |          |            |
|--|----------|--|--|----------|-----------|--|----------|------------|
| создания и принципы номинации.                         |          |  |  |          |           |  |          |            |
| Тема 2. Параметры, обеспечивающие эффективность нейма. | <b>1</b> |  |  |          | <b>10</b> |  |          | <b>11</b>  |
| Тема 3. Технологии разработки нейма.                   |          |  |  | <b>1</b> | <b>10</b> |  |          | <b>11</b>  |
| Тема 4. Логотип в рекламном имени.                     |          |  |  | <b>1</b> | <b>12</b> |  |          | <b>13</b>  |
| Тема 5. Нейм в рекламном тексте.                       |          |  |  | <b>1</b> | <b>12</b> |  |          | <b>13</b>  |
| Тема 6. Структурный анализ рекламного обращения        |          |  |  | <b>1</b> | <b>10</b> |  |          | <b>11</b>  |
| Тема 7. Текст рекламного обращения.                    |          |  |  | <b>1</b> | <b>12</b> |  |          | <b>13</b>  |
| Тема 8. Алгоритм создания рекламного продукта.         |          |  |  | <b>1</b> | <b>10</b> |  |          | <b>11</b>  |
| Курсовая работа  |          |  |  |          |           |  |          | <b>10</b>  |
| Зачет  |          |  |  |          |           |  | <b>4</b> | <b>4</b>   |
| Итого за 6 семестр                                     | <b>2</b> |  |  | <b>6</b> | <b>86</b> |  | <b>4</b> | <b>108</b> |

#### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| <b>Наименование раздела, темы дисциплины</b>    | <b>Содержание раздела дисциплины</b>  |
|---|---|
| Тема 1. Классификация рекламного имени, способы | Особенности нейминга в рекламе. Имя в рекламе: основные способы классификации. Функции имени в рекламе, особенности воздействия на аудиторию. Залог качественного продающего нейма. Особенности |

|  |  |
|--|--|
| создания и принципы номинации.                         | номинации товаров в зависимости от клиентоориентированности и свойств самого товара.   |
| Тема 2. Параметры, обеспечивающие эффективность нейма. | Критерии успешности нейма в рекламе. Чем измеряется успех рекламного сообщения? Запоминающийся нейм: благость или проклятье товара. Чем руководствуется специалист по рекламе в ходе нейминга. Всегда ли прав заказчик, когда речь идет о нейминге.  |
| Тема 3. Технологии разработки нейма.                   | Стратегии создания качественного нейма. Основные составляющие нейма. На что специалисту по рекламе необходимо обращать внимание в ходе нейминга. Сколько человек должно быть задействовано в процессе номинации конкретного товара. Работа рекламного агентства в нейминге. Разбор конкретных неймов и предположения о технологии их создании. |
| Тема 4. Логотип в рекламном имени.                     | Особенности создания логотипа. Технологии создания логотипа. Аудио-визуальные особенности логотипов. Сравнение эффективности логотипов в печатных источниках и на телевидении. Дизайн логотипа. Значение цветов, технологии подбора шрифтов, влияние визуальной составляющей на восприятие бренда целевой аудиторией.                          |
| Тема 5. Нейм в рекламном тексте.                       | Нейм как ключевое слово рекламного текста. Разбор рекламных обращений с точки зрения нейминга: удачи, неудачи, как исправить ситуацию. Джинглы, рифмованные сообщения в рекламном обращении и нейминг. Критерии, по которым целевая аудитория запоминает то или иное рекламное сообщение.  |
| Тема 6. Структурный анализ рекламного обращения        | Рекламные тексты и их типология. В какой ситуации к какому типу текстов следует обратиться. Жанры рекламных текстов. Использование литературных приемов, цитат и афоризмов в тексте. Особенности создания образов в рекламных текстах.   |
| Тема 7. Текст рекламного обращения.                    | Как обращаться к потребителю так, чтобы он ответил покупкой товара. Основные типы обращений.   |
| Тема 8. Алгоритм создания рекламного продукта.         | Порядок распределения ролей при создании рекламного продукта. Особенности создания рекламных продуктов разного жанра. Типичные ошибки при создании рекламного продукта. Рекламные продукты в зависимости от типологии СМИ, для которого они создаются.   |

## **ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА**

**(Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)**

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

### **Тема 1. Классификация рекламного имени, способы создания и принципы номинации**

***Вопросы и/или задания***

1. Место нейминга в системе ценностей PR.
2. Основы современного брендинга.

### **Тема 2. Параметры, обеспечивающие эффективность нейма**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Что заставляет потребителя запомнить бренд?

### **Тема 3. Технологии разработки нейма**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Типы неймов.
2. Порядок разработки нейма.

### **Тема 4. Логотип в рекламном имени**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Оформление логотипа.
2. Логотип в рекламном сообщении.

### **Тема 5. Нейм в рекламном тексте**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Как не надоест потребителю неймом в рекламе?

### **Тема 6. Структурный анализ рекламного обращения**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Составляющие рекламного сообщения.

### **Тема 7. Текст рекламного обращения**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Основные приемы в написании рекламного текста.
2. Факты в рекламном сообщении.

### **Тема 8. Алгоритм создания рекламного продукта**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Процесс разработки рекламного сообщения пошагово.

## **РАЗДЕЛ 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы бакалавра. Формы самостоятельной работы обучаемых могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение литературы, веб-ресурсов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

#### ***Самостоятельная работа***

| <b>Наименование разделов/<br/>тем</b>  | <b>Виды занятий для самостоятельной ра-<br/>боты</b>  |
|--|---|
| Тема 1. Классификация рекламного имени, способы создания и принципы номинации. | усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции |

| Наименование разделов/<br>тем                               | Виды занятий для самостоятельной ра-<br>боты  |
|---|---|
| Тема 2. Параметры, обеспечивающие эффек-<br>тивность нейма. | выполнение устных упражнений  |
| Тема 3. Технологии разработки нейма.                        | выполнение письменных упражнений и<br>практических работ  |
| Тема 4. Логотип в рекламном имени.                          | подготовка рефератов (докладов), эссе, ста-<br>тей, тематических сообщений и выступле-<br>ний, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выпол-<br>нение иных практических заданий |
| Тема 5. Нейм в рекламном тексте.                            | выполнение творческих работ   |
| Тема 6. Структурный анализ рекламного обра-<br>щения        | усвоение изучаемого материала по рекомен-<br>дуемой учебной, учебно- методической и<br>научной литературе и/или по конспекту лек-<br>ции                                  |
| Тема 7. Текст рекламного обращения.                         | усвоение изучаемого материала по рекомен-<br>дуемой учебной, учебно- методической и<br>научной литературе и/или по конспекту лек-<br>ции                                  |
| Тема 8. Алгоритм создания рекламного про-<br>дукта.         | выполнение творческих работ   |

### 5.1. Примерные темы эссе<sup>1</sup>

1. Понятие и функции нейминга.
2. Лингвофилософские основы нейминга.
3. Виды коммерческих названий.
4. Нейминг в пространстве и времени лингвокультуры. Пространственная ось. Инте-  
гральная схема. Временная ось.
5. Нейминг-тропика. Современные концепции тропики.
6. Этапы создания нейма
7. Мозговой штурм как метод создания коммерческого названия.
8. Процесс фильтрации названий как этап нейминга.
9. Бренд и нейминг.

### 5.2. Примерные задания для самостоятельной работы

**Задание 1.** Определите, какое название бренда лучше для восприятия целевой аудито-  
рий. Объясните, почему.

**Задание 2.** Покажите использование литературных художественных приемов в тексте  
рекламного обращения.

**Задание 3.** Определите жанр. Покажите на примере рекламного текста приемы созда-  
ния образа.

**Задание 4.** Покажите на примере конкретного текста особенности развертывания факта  
в рекламном обращении.

**Задание 5.** Сравните два текста. Определите их жанровую принадлежность, схожие и  
различные черты в методах использования нейма.

---

<sup>1</sup> Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласо-  
ванию с преподавателем.

**Задание 6.** Определите тип текста. Будет ли он успешен в качестве рекламного сообщения.

### 5.3. Примерные задания для практикума

Практическое занятие № 1

Понятие и сущность нейминга.

Цель занятия: сформировать представление о нейминге как сфере деятельности; усвоить основные понятия нейминга

План занятия.

1. Понятие нейминга. Функции нейма.
2. Лингвофилософские основы нейминга.
3. Виды неймов.
4. Критерии отбора названия.

Практическое занятие № 2

Система русского языка как основа русского нейминга.

Цель занятия: сформировать представление о языковых основах коммерческого названия.

План занятия.

1. Уровни языка.
2. Внешний и внутренний нейминг.
3. Основные тенденции нейминг-моделирования.
4. Прямой и непрямой нейминг.

Практическое занятие № 3

Фонетика коммерческих названий.

Цель занятия: сформировать представление об особенностях русской фонетической системы и зависимости восприятия нейма от его фонетической составляющей

План занятия

1. Фонетический строй русского языка. Система гласных звуков. Система согласных звуков.
2. Роль вокализма в нейминге.
3. Фоносемантика и нейминг.
4. Поэтика неймов.

Практическое занятие № 4

Ономастика русского нейминга.

Цель занятия: рассмотреть особенности лексической стороны русского нейминга.

План занятия

1. Личные имена и патронимы в нейминге.
2. Фамилии и родовые названия. Прозвища.
3. Фольклорно-мифологические и литературные имена.
4. Историко-культурные антропонимы.
5. Антропонимы-гиперонимы в нейминге.
6. Топонимы в нейминге.
7. Названия, связанные с явлениями природы.

Практическое занятие № 5

Словообразование коммерческих названий.

Цель занятия: рассмотреть основные словообразовательные способы создания коммерческих названий.

План занятия

1. Лексико-семантические способы словообразования в нейминге. а) Семантическая онимизация.  
б) Семантическая трансонимизация. в) Заимствование.
2. Морфологические способы словообразования в русском нейминге. а) Аффикация.  
б) Плюрализация в нейминге. в) Словосложение.  
г) Аббревиация в нейминге. д) Усечение.  
е) Эллиптирование. ё) Телескопия.
3. Лексико-синтаксическое словообразование в нейминге. а) Сращение.  
б) Сегментация.  
в) Нумерализация. г) Каламбур.  
д) Стилизация в нейминге.

#### **5.4. Методические рекомендации по подготовке курсовой работы**

Курсовая работа выполняется по итогам курса «Брендинг и нейминг», помогая им закрепить и углубить знания, полученные на лекциях и семинарских занятиях, и развить навыки самостоятельного решения поставленных профессиональных задач.

Выбор темы курсовой работы является наиболее важным и ответственным моментом, предопределяющим успех ее выполнения. Тема работы определяется обучающимся самостоятельно в соответствии с тематикой, разработанной кафедрой, и индивидуальными интересами.

Во *Введении* отражаются актуальность, цель исследования, задачи исследования, дается характеристика объекту исследования.

*Основная часть курсовой работы* должна выполняться на основе всестороннего изучения и анализа фактического материала по исследуемой теме с использованием документов, специальной литературы, примеров из практики.

Вместе с тем единые требования к работе не исключают, а предполагают широкую инициативу и творческий подход к разработке каждой темы. Оригинальность постановки и решения конкретных вопросов в соответствии с особенностями исследования являются одним из основных критериев оценки качества работы.

Для подготовки курсовой работы предусматривается 3 акад. часа контактной работы с преподавателем, в которую входит:

| Вид работ  | Трудоемкость (акад.ч)                                 |   |
|--|---|---|
|  | Контактная работа с преподавателем по курсовой работе | Самостоятельная работа по написанию курсовой работы |
| Консультирование по выбору темы, составлению плана, подготовке курсовой работы | 2,5   |   |
| Сбор материала. Написание курсовой работы                                      |   | 7   |
| Защита курсовой работы   | 0,5   |   |
| <b>ИТОГО</b>   | <b>3</b>  | <b>7</b>  |

#### **5.5. Примерные темы курсовой работы**

1. Фольклорно-мифологические и литературные имена. Историко-культурные антропонимы в нейминге.
2. Топонимы в нейминге.
3. Лексико-семантические способы образования названий.
4. Морфологические способы образования названий.

5. Лексико-синтаксические способы создания неймов.
6. Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система. Нейм как языковой жанр. Аргументация. Фигуры: основные модели.
7. Нейминг в аспекте социолингвистики. Нейминг и языковая норма. Нейминг и социосемантика.
8. Нейминг в пространстве и времени лингвокультуры. Пространственная ось. Интегральная схема. Временная ось.
9. Нейминг-тропика. Современные концепции тропики.

### ***Оформление курсовой работы***

Курсовая работа представляется в виде текста на бумаге формата А4, набранного на компьютере (шрифт TimesNewRoman, кегль 14 пт, полуторный интервал, поля: левое 3 см, верхнее 2,5 см, правое 1 см, нижнее 2 см) со сквозной нумерацией, начиная со 2-й страницы (первая страница титульный лист), и общепринятыми сокращениями.

Курсовая работа должна иметь ссылки на приведенные иллюстрации, литературные и статистические источники. Работы без ссылок на источники не принимаются кафедрой. Сноски приводятся внизу страницы и должны содержать фамилию и инициалы автора, название работы, место издания, название издательства, год издания, номер страницы.

В конце курсовой работы следует обязательно указать список использованной литературы, составляемый в следующем порядке:

- международно-правовые акты;
- нормативно-правовые акты РФ;
- монографическая и учебная литература;
- статьи периодической печати и интернет-ресурсы

Все источники приводятся в алфавитном порядке.

### ***Защита курсовой работы***

В срок, определенный кафедрой, работа должна быть сдана руководителю в надлежаще оформленном виде.

Научный руководитель, ознакомившись с курсовой работой, дает письменный отзыв (рецензию), в котором оценивает ее содержание, стиль изложения и внешнее оформление, отмечает достоинства и недостатки работы. Если работа удовлетворяет предъявленным требованиям, то руководитель допускает ее к защите.

Защита состоит из краткого изложения обучающимся основных положений своего исследования, ответов на недостатки, указанные в рецензии, и на вопросы ведущего защиту преподавателя. Оценивается работа на «отлично», «хорошо», «удовлетворительно». В случае неудовлетворительной оценки назначается новый срок защиты курсовой работы. Положительная оценка заносится в зачетную книжку и ставится на титульном листе работы.

## **РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине**

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице

| <b>Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой</b> | <b>Типовые вопросы и задания</b> | <b>Примеры тестовых заданий</b> |
|--|----------------------------------|---------------------------------|
|--|----------------------------------|---------------------------------|

|  |   |   |
|--|---|---|
| ПК-5 Способен формировать требования к создаваемому сценарному материалу |   |   |
| ИПК-5.1.   | П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины | П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины |
| ИПК-5.2.   | П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины | П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины |
| ИПК-5.3.   | П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины | П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины |

## 6.2. Типовые вопросы и задания

### Перечень вопросов

1. Что такое нейминг? Каковы его функции?
2. Каковы лингвофилософские основы нейминга?
3. Расскажите о видах коммерческих названий.
4. Охарактеризуйте основные критерии выбора названия.
5. Какова роль вокализма в нейминге?
6. Что такое фоносемантика? Какое значение она имеет для нейминга?
7. Расскажите о роли поэтики в искусстве наименования.
8. Какое место занимают личные имена и патронимы в нейминге?
9. Каковы особенности использования фамилий, родовых названий и прозвищ в нейминге?
10. Каковы функции фольклорно-мифологических и литературных имен, используемых в качестве неймов?
11. Расскажите об историко-культурных антропонимах в нейминге.
12. Расскажите об антропонимах-гиперонимах в нейминге.
13. Каковы особенности использования топонимов в качестве названий?
14. Какие виды названий, связанных с явлениями природы, вы знаете?
15. Какие лексико-семантические способы словообразования наиболее распространены в современном русском нейминге?
16. Охарактеризуйте активно использующиеся морфологические способы словообразования в русском нейминге.
17. Какова роль лексико-синтаксического словообразования в нейминге?
18. Охарактеризуйте нейм как языковой жанр.
19. Риторика в нейминге, на ваш взгляд, манипуляция сознанием потребителя или необходимая фигуративность?
20. Каковы качества речи и риторические двусмысленности нейминга?
21. Расскажите об особенностях аргументации в рекламных слоганах.
22. Какие фигуры речи используются в нейминге?
23. Какова специфика русских социолектов? Что ее определяет?
24. Какова роль культуры речи в социосемантике?
25. Охарактеризуйте пространственную ось нейминга.
26. Расскажите об интегральной схеме в нейминге.
27. Охарактеризуйте временную ось нейминга.

### 6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находятся в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

|             |                           |
|-------------|---------------------------|
| Компетенции | Типовые вопросы и задания |
|-------------|---------------------------|

|             |  |
|-------------|--|
| <b>ПК-5</b> | <p><b>1. Критериями эффективного нейма являются:</b><br/> а) мнемоничность<br/> б) отсутствие отрицательных ассоциаций<br/> в) однословность<br/> г) максимальная концентрация связей с объектом наименования</p> <p><b>2. Укажите неймы-топонимы:</b><br/> а) автомобиль «Лада»<br/> б) автомобиль «Волга»<br/> в) сосиски «Венские»<br/> г) пельмени «Сам Самыч»<br/> д) парикмахерская «Людмила»</p> <p><b>3. Критериями охраноспособности нейма являются:</b><br/> а) нейм не должен содержать прямого названия товара (например, магазин хлебо-булочных изделий «Хлеб»)<br/> б) нейм не должен содержать слов на иностранном языке<br/> в) нейм не должен содержать цифр<br/> г) название не должно быть зарегистрировано в текущей базе Роспатента</p> |
|-------------|--|

#### **6.4. Оценочные шкалы**

##### **6.4.1. Оценивание текущего контроля**

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

##### **Шкала оценивания при тестировании**

| <b>Оценка</b> | <b>Критерии выставления оценки</b>             |
|---------------|--|
| Зачтено       | Количество верных ответов в интервале: 71-100% |
| Не зачтено    | Количество верных ответов в интервале: 0-70%   |

##### **Шкала оценивания при письменной работе**

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

|  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу</li> </ul> |
|--|---|

#### 6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы (курсовой 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.

#### Шкала оценивания курсовой работы и эссе

| Оценка     | Критерии выставления оценки  |
|------------|--|
| Зачтено    | Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>  |
| Не зачтено | Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу</li> </ul> |

#### 6.4.3. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий 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.

#### Шкала оценивания на зачете

| Оценка    | Критерии выставления оценки  |
|-----------|--|
| «Зачтено» | Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать |

|              |   |
|--------------|---|
|              | прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу. |
| «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.   |

#### 6.4.4. Тестирование

##### Шкала оценивания

| 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%   |

#### 6.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРУ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В СООТВЕТСТВИИ С ООП

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 можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися 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.

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. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО

имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной 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, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Доклад, сообщение – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Ситуационный анализ (кейс) – это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

## **РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

### **7.1. 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, 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.

### **7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов**

Кейс-метод (Case study) – метод анализа реальной ситуации, описание которой временно 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.

### **7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрирование доказательств наличия у обучающихся общекультурных, 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 документов, текстов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем;
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

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

### ***Основная литература***

Домнин В. Н. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 411 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс).

### ***Дополнительная литература***

Бере О. Я – бренд в Instagram и не только. Время, потраченное с пользой. М.: АСТ, 2019. – 240 с.

**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)

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 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

#### **Помещения для самостоятельной работы обучающихся:**

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся :

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся :

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.