

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2024 11:39:49
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf706379d98ec1c5bb2f5eb89c29abfed7543985447



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

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

Москва

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». – 26 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 «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 – 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

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК- 2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <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>ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов.</p>

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Техника и технология создания рекламных сообщений» изучается очной группой в 2 семестре, заочной группой — в 3 семестре, входит в часть блока 1 «Дисциплины (модули)» / «Часть, формируемая участниками образовательных отношений».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е.

Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)

Трудоемкость дисциплины и виды учебной нагрузки на очной форме обучения

Семестр 2										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация

							преподавателя		
4	144	26		26				56	36 Экзамен

на заочной форме обучения

Семестр 3										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
4	144	4		6				98		36 Экзамен

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

**Тематический план дисциплины
очная форма обучения**

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
2 семестр								
Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений	2		2		5			9
Тема 2. Производство ре-	2		2		5			9

кламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология								
Тема 3. Корректурa набора и типографика	2		3		5			10
Тема 4. Оформление текста: шрифты в периодических изданиях	1		2		5			8
Тема 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов	2		2		4			8
Тема 6. Верстка материалов, полосы и разворота в газете	2		3		4			9
Тема 7. Верстка иллюстраций, заголовочных комплексов и цвет в периодических изданиях	1		2		5			8
Тема 8. Модель периодического издания	2		2		5			9
Тема 9. История радио как СМИ и технические средства радиовещания.	2		2		4			8
Тема 10. Организация современного радиовещания	2		2		4			8

и форматы рекламы в радиовещании								
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
Контроль							36	36
Итого	26		26		56		36	144

заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
3 семестр								
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					4			4
Тема 3. Корректурa набора и типографика					8			8

Тема 4. Оформление текста: шрифты в пе- риодических изданиях			1		10			11
Тема 5. Оформление текста: ком- плексы офор- мительских элементов	1		1		10			12
Тема 6. Верстка мате- риалов, по- лосы и разво- рота в газете	1		1		8			10
Тема 7. Верстка ил- люстраций, заголовочных комплексов и цвет в перио- дических из- даниях	1				8			9
Тема 8. Мо- дель периоди- ческого изда- ния					8			8
Тема 9. Исто- рия радио как СМИ и техни- ческие сред- ства радиове- щания.					10			10
Тема 10. Ор- ганизация со- временного радиовещания и форматы ре- кламы в ра- диовещании			1		8			9
Тема 11. Ис- тория телеви- дения как СМИ. Цвет- ное телевиде- ние					10			10
Тема 12. Со- временное со- стояние и			1		6			7

функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении								
Контроль							36	36
Итого	4		6		98		36	144

Содержание разделов дисциплины

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание темы, раздела дисциплины
<p>Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений</p>	<p>Взаимосвязь редакционных и полиграфических процессов. Оформление издания как результат воздействия внутренних и внешних формообразующих факторов. Взаимосвязь типологии издания и его дизайна. 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. Совершенствование оформления изданий в условиях внедрения электроники и настольно-издательских систем в работу редакции. Общее и особенное в дизайне газет, журналов и еженедельников. Элементы оформления и их комплексы. 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. Форматы периодических изданий. 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. Стандартные журнальные форматы (в долях печатного листа). Установление форматов полос в газетах и журналах. Размер и количество текстовых колонок в изданиях различных типов и форматов. 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. 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 оснащенность 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. Корректурa набора и типографика</p>	<p>Авторская и издательская (редакционная) корректура. Корректурa 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. 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 полутоновые 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 малоконтрастные, 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 вступок, 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: вступок, 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. Виды макетов: по размерам (в натуральную величину, в уменьшении), по характеру изображения (расклеивной, 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. Сравнительные размеры публикаций: маленький, средний и крупный материал. Соотношение объемов текстов в газете и журнале. Варианты разверстки среднего материала на газетной полосе. Минимальное и максимальное число вариантов постановки текста. 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. 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 и цвет в периодических изданиях</p>	<p>Виды верстки иллюстраций и заголовочных комплексов: открытая, закрытая, глухая, вразрез, в оборку, под обрез. Виды заголовков: заглавие (собственно заголовок), подзаголовок, надзаголовок, рубрика, шапка, анонсы. Расположение заголовков относительно текста: над текстом, сбоку («боквик»), внутри текста («утопленный»), под текстом. Верстка заголовка: открытая, вразрез, закрытая, глухая, «форточка». Выключка заголовка: на формат, влево, вправо, в красную строку (по центру). Структура заголовка; одно-, двух- и многострочные заголовки. Композиция заголовка: «ленточка», «пирамида», перевернутая «пирамида», «лесенка», «флаговый заголовок» и др. Сложные и составные заголовочные комплексы, их структура и композиция. Шрифтовое оформление заголовков: от газет одного шрифта до многогарнитурных журналов. Шрифтовая гармония и контраст. Восприятие цвета. Яркостная и цветовая адаптации. Цветокоррекция. Цветовые контрасты: одновременный, последовательный, краевой. Максимальный контраст. Гармония цветов. Выделительное и декоративное использование цвета. Цветовая символика и ее связь с дизайном периодического издания. Факторы, определяющие выбор цветового решения в журналах: аудитория и технология выпуска. Цветовые модели оформления журналов: традиционные, обновленные, преобразованные и т.д. Тенденция использования цвета в еженедельных и ежедневных изданиях газетного типа.</p>
<p>Тема 8. Модель периодического издания</p>	<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>
<p>Тема 9. История радио как СМИ и технические средства радиовещания.</p>	<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>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 (малокадровое) 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</p>

	<p>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
(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. 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».

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

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

Тема № 3. Корректурa набора и типографика.

1. Корректурные знаки (ГОСТ 7.62-90).

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

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

Тема № 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов.

1. Виды комплексов оформительских элементов.

2. Оформление заголовочного комплекса (предварительный самостоятельный подбор образцов из различных изданий).

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

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

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).

Тема № 8. Модель периодического издания.

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

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.

Тема № 10. Организация современного радиовещания и его форматы.

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

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

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

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.

Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением занятия семинарского типа 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. Формы самостоятельной работы могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает в себя: изучение основных и дополнительных литературных источников, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование, написание эссе.

Самостоятельная работа

Наименование разделов / тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 1. Введение в раздел курса «Печатные СМИ». Особенности создания рекламных сообщений	Усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и

Наименование разделов / тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 2. Производство рекламы в печати: технологические процессы и компьютерная технология	научной литературе и/или по конспекту лекции. Выполнение устных упражнений. Выполнение письменных упражнений и практических работ. Подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий. Выполнение творческих работ. Выполнение лабораторных работ.
Тема 3. Корректурный набор и типографика	
Тема 4. Оформление текста: шрифты в периодических изданиях	
Тема 5. Оформление текста: комплексы оформительских элементов	
Тема 6. Верстка материалов, полосы и разворота в газете	
Тема 7. Верстка иллюстраций, заголовочных комплексов и цвет в периодических изданиях	
Тема 8. Модель периодического издания	
Тема 9. История радио как СМИ и технические средства радиовещания.	
Тема 10. Организация современного радиовещания и форматы рекламы в радиовещании	
Тема 11. История телевидения как СМИ. Цветное телевидение	
Тема 12. Современное состояние и функциональная структура телестудий. Реклама на телевидении	

5.1. 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?

5.2. 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?

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

4. Каковы правила корректуры?
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 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.

Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой	Типовые вопросы и задания	Примеры тестовых заданий
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.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИОПК-2.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИОПК-2.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

6.2. Типовые вопросы и задания
Перечень вопросов

Виды печати и области их применения.

1. Флексографская печать.
2. Офсетный способ печати и области его применения.
3. StP-технология и цифровая печать.
4. Тигельные, плоскочечатные и ротационные машины.
5. Офсетные печатные машины.
6. Настольно-издательские системы.
7. Верстка газетных и журнальных полос.
8. Допечатные процессы.
9. Цифровые шрифты. Кегль и интерлиньяж. Трекинг и кернинг.
10. Правила набора. Абзацный отступ.
11. Правила набора. Концевая строка.
12. Правила набора. Междусловные пробелы.
13. Правила набора. Переносы в газетном и журнальном тексте.
14. Правила набора. «Коридоры» и «чужие» буквы.
15. Правила верстки. Приведение строк и «висячие» строки.
16. Системы мер, применяемые в полиграфии.
17. Единицы системы Дидо: пункт, цитеро, квадрат.
18. Англо-американская система типографских мер.
19. Тенденции развития полиграфии.
20. Этапы развития полиграфической техники.
21. Специальные виды печати. Возможности использования их в СМИ.
22. Главные факторы формообразования газеты и журнала.

23. Взаимодействие содержания и формы периодического издания.
24. Структура периодического издания.
25. Композиция периодического издания.
26. Комплексное моделирование газеты.
27. Способы и средства акцентирования и ориентации в газете и журнале.
28. Цвет в газете и журнале.
29. Элементы оформления и комплексы элементов.
30. Дизайн газеты и журнала.
31. Размерные характеристики периодических изданий.
32. Форматы журналов.
33. Количество и форматы колонок в газетах различных форматов.
34. Верстка и виды верстки газетных полос.
35. Титульный комплекс. Колонтитулы. Выходные сведения.
36. Заголовочный комплекс. Виды заголовков и их оформление.
37. Иллюстрация в газете и журнале.
38. Классификация шрифтов по размеру.
39. Классификация шрифтов по начертанию.
40. Классификация шрифтов по рисунку (группа рубленых шрифтов и шрифтов с едва наметившимися засечками, группа медиевальных шрифтов и т. д.).
41. Понятие о гарнитуре. Основные гарнитурные шрифты, применяемые в газетах и журналах.
42. Стили шрифтового оформления периодических изданий.
43. Корректурная работа в газете. Правила корректуры.
44. Корректурные знаки по ГОСТ 7.62-90.
45. Макетирование рекламной полосы и разворота.

Радио

1. Физическая природа звука.
2. Этапы развития звукозаписи.
3. Микрофоны: конструкция, характеристики, применение.
4. Устройство радиодомов.
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).

6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится 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
ПК-2	<p>1. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму:</p> <ul style="list-style-type: none">• <input type="radio"/> 1. рекламодатель• <input type="radio"/> 2. рекламораспространитель• <input type="radio"/> 3. рекламопроизводитель• <input type="radio"/> 4. потребитель рекламы <p>2. Что не относится к понятию «рекламное агентство»?</p> <ul style="list-style-type: none">• <input type="radio"/> 1. компания-посредник на рынке рекламных услуг• <input type="radio"/> 2. организация, выполняющая поручения учреждений или частных лиц по их продвижению на рынке• <input type="radio"/> 3. креативное агентство• <input type="radio"/> 4. средство массовой коммуникации <p>3. Что входит в спектр услуг рекламного агентства полного цикла?</p> <ul style="list-style-type: none">• <input type="radio"/> 1. разработка сценария, медиаразмещение и трансляция радиороликов• <input type="radio"/> 2. расчет бюджета рекламной кампании, медиапланирование и медиаразмещение• <input type="radio"/> 3. постановка бизнес-задач и разработка бизнес-стратегий• <input type="radio"/> 4. расчет прибыли компании после проведения рекламных мероприятий

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

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

Шкала оценивания при письменной работе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	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.
Не зачтено	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.

6.4.2. 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 экзамене, зачете с оценкой

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;

	<ul style="list-style-type: none"> - достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	<p>Обучающийся должен:</p> <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	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <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 зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	<p>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.</p>
Не зачтено	<p>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.</p>

6.4.3. 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.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

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

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

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.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

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 программой 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 готовиться 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 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.

7.2. 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.

7.3. 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 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература²

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 литература³

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

² Из ЭБС университета

³ Из ЭБС университета

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.