

Министерство культуры Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Е. В. САЗОНОВА
врио ректора

Сертификат: 00f1233eba3405dd3da37c46e08d7ca920
Основание: УТВЕРЖДАЮ
Дата утверждения: 21 июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**«Продвижение аудиовизуальной продукции в
медиаиндустрии»**

Наименование ОПОП: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очно-заочная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: медиакоммуникационных технологий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 81 астроном. час. / 3 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 20,4 час.

самостоятельная работа: 60,6 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение творческого задания	8
выступление с докладом	8
посещение занятий	8
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	8

Рабочая программа дисциплины «Продвижение аудиовизуальной продукции в медиаиндустрии» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель(и):

Бердникова Э.Н. , доцент кафедры медиакоммуникационных технологий, канд. культурологии

Рецензент(ы):

Алексеева Т.В., доцент, канд. пед. наук

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры медиакоммуникационных технологий

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

И.А. Байкова

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель(и) дисциплины:

Дать понятие студентам об основных возможностях и областях применения технологий продвижения аудиовизуальной продукции в медиаиндустрии.

Задачи дисциплины:

- раскрытие роли технологий продвижения в современной художественной культуре;
- ознакомление с выразительными возможностями аудиовизуальных искусств;
- ознакомление с требованиями к аудиовизуальным продуктам;
- ознакомление с современными технологиями и средствами продвижения аудиовизуальной продукции;
- развитие способности к чувственно-художественному восприятию мира, образному мышлению, творческой фантазии.

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Имиджелогия

Социология массовых коммуникаций

Теория и практика рекламной кампании

Брендинг на телевидении

Креативные технологии в брендинге

Профессионально-творческая практика

Брендинг

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Маркетинг

Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО

Связи с общественностью в медиаиндустрии

Математика и статистика

Профессионально-ознакомительная практика

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Организация деятельности рекламных и коммуникативных агентств

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Преддипломная практика

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Общепрофессиональные компетенции

ОПК-4 — Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-4.2 — Учитывает основные запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Знает: область применения аудиовизуального продукта

Умеет: учитывать запросы и потребности отдельных аудиторных групп при создании аудиовизуального продукта

Владеет: навыками использования аудиовизуального продукта в зависимости от его назначения

Профессиональные компетенции

Вид деятельности: маркетинговый.

ПК-2 — Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

ПК-2.2 — Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при реализации коммуникационного продукта.

Знает: технологии продвижения аудиовизуального продукта

Умеет: применять технологии производства и способы распространения аудиовизуального продукта

Владеет: навыками применения технологий продвижения аудиовизуального продукта

Вид деятельности: организационный.

ПК-3 — Способен организовать рекламную деятельность и деятельность по связям с общественностью с учетом специфики медиарынка.

ПК-3.2 — Организует коммуникации с обществом и отдельными аудиторными группами с учетом специфики медиарынка

Знает: художественно-эстетические и психофизиологические особенности аудиовизуального восприятия

Умеет: учитывать характеристики аудитории пользователей аудиовизуального продукта

Владеет: навыками организации коммуникации с аудиторией пользователей аудиовизуального продукта

2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 81 астроном. час. / 3 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 20,4 час.

самостоятельная работа: 60,6 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	8

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	8	Итого
Лекции	6	6
Практические	12	12
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	53	53
Самостоятельная работа во время сессии	7,6	7,6
Итого	80,6	80,6

2.2. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Теоретические аспекты восприятия аудиовизуального контента

Феномен аудиовизуального контента. Художественно-эстетические и психофизиологические особенности аудио-визуального восприятия.

Тема 2. Область применения аудиовизуального продукта

Деловая сфера. Виды и примеры использования. Образование. Виды и примеры использования. Развлечения, игры, фильмы. Формы использования. Шоу-бизнес и реклама. Телевидения. Особенности использования мультимедиа в зависимости от его назначения.

Тема 3. Требования к аудиовизуальным продуктам

Качество и достоверность излагаемого материала. Качество предлагаемого графического материала. Звуковое сопровождение (текст, музыкальное оформление, музыкальные заставки и т.д.). Наличие видеоматериала и его качество. Интерактивные возможности. Дружественный интерфейс.

Тема 4. Объектный подход при создании аудиовизуальных продуктов

Понятие объекта. Определение объекта. Свойства объекта. Имя. Параметры и их значение. Действия объектов. Действия над объектами. Среда обитания объекта. Изменения действия объектов, в зависимости от среды.

Тема 5. Программные продукты для создания аудиовизуальных продуктов

Особенности выбора программных средств. Программы для подготовки объектов мультимедиа. Основные характеристики программ. Программы для создания мультимедиа. Основные характеристики программ. Основные форматы объектов, используемых в мультимедиа. Особенности применения внешних модулей.

Тема 6. Порядок разработки и создания аудиовизуальных продуктов

Идея и её анализ, как исходная точка проекта. Прототипы мультимедиа-продукта и его герои. Обоснование проекта. Этапы разработки проекта и его структура. Инфологическая модель проекта. Использование готовых и создание собственных материалов для мультимедиа-продукта. Учёт авторских прав. Особенности разработки интерфейса. Учёт характеристик аудитории пользователей. Тестирование программного продукта и создание мастер-диска. Технология производства и способы распространения мультимедиа-продуктов.

Тема 7. Авторские права и технологии продвижения

Авторские права на программный продукт. Закон об авторских правах. закрепление авторских прав. Современное состояние и перспективы развития средств создания мультимедиа продуктов. Примеры оригинальных решений, полученных режиссерами, художниками и аниматорами с использованием современных программных средств.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Теоретические аспекты восприятия аудиовизуального контента	0,75	0	0	1,5	0	0	2,25
2	Область применения аудиовизуального продукта	0,75	0	0	1,5	0	0	2,25
3	Требования к аудиовизуальным продуктам	0,75	0	0	1,5	0	0	2,25
4	Объектный подход при создании аудиовизуальных продуктов	0,75	0	0	1,5	0	0	2,25
5	Программные продукты для создания аудиовизуальных продуктов	0,75	0	0	3	0	0	3,75
6	Порядок разработки и создания аудиовизуальных продуктов	0,75	0	0	1,5	0	0	2,25
7	Авторские права и технологии продвижения	1,5	0	0	1,5	0	0	3
	ВСЕГО	6	0	0	12	0	0	18

* — тема для изучения в рамках самостоятельной работы студента

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Продвижение аудиовизуальной продукции в медиаиндустрии» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема: «Теоретические аспекты восприятия аудиовизуального контента».	1,5
2	Тема: «Область применения аудиовизуального продукта».	1,5
3	Тема: «Требования к аудиовизуальным продуктам».	1,5
4	Тема: «Объектный подход при создании аудиовизуальных продуктов».	1,5
5	Тема: «Программные продукты для создания аудиовизуальных продуктов».	3
6	Тема: «Порядок разработки и создания аудиовизуальных продуктов».	1,5

7	Тема: «Авторские права и технологии продвижения».	1,5
---	---	-----

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Продвижение аудиовизуальной продукции в медиаиндустрии».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение творческого задания	8
выступление с докладом	8
посещение занятий	8
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	8

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Темы докладов:

1. Основные определения аудиовизуального контента. Возможности аудиовизуального контента.
2. Области использования аудиовизуального контента. Виды аудиовизуального контента.
3. Краткая характеристика основных видов аудиовизуального контента: презентации и реклама, обучающие программы, мультимедиа-учебники, энциклопедии и справочники, тренажёры, интерактивные развивающие игры и развлекательные программы.
4. Требования к аудиовиз. продуктам.
5. Объекты. Свойства и параметры объектов. Изменение свойств объектов с изменением среды. Привести примеры изменения действий объектов, в зависимости о среды.
6. Выразительные средства аудиовизуального контента. Текст, звук, видео, картинки. Свойства объектов мультимедиа. Параметры объектов и их значения. Анимация объектов.
7. Программные продукты для создания объектов аудиовизуального контента. Их характеристики. Особенности их использования. Подбор программных продуктов.
8. Программные продукты для создания аудиовизуального контента. Классификация программных средств. Их характеристики. Особенности использования. Выбор программного продукта.
9. Виды графики. Их характеристики.
10. Основные форматы объектов, используемых в аудиовизуального контента.
11. Технические средства создания аудиовизуального контента. Требования к ним.
12. Типы компьютеров для создания аудиовизуального контента, их характеристики и особенности.
13. Современные технические средства продвижения аудиовизуального контента
14. Интерактивные средства продвижения аудиовизуального контента.
15. Дистанционные средства продвижения аудиовизуального контента.
16. Новые средства использования аудиовизуального контента.
17. Требования к системам отображения информации.
18. Порядок разработки аудиовизуального контента. Этапы разработки и его структура. Инфологическая модель проекта.

19. Особенности использования готовых объектов аудиовизуального контента.
20. Особенности создания интерфейса продукта.
21. Технология создания и распространения мультимедиа продукта.
22. Возможности адаптации аудиовизуального контента на примерах.
23. Авторские права на аудиовизуального контента.
24. Объекты авторских прав. Субъекты авторского права. Знак охраны авторского права.
25. Современное состояние разработки и использования мультимедиа продуктов.
26. Перспективы развития аудиовизуального контента. Возможные области применения аудиовизуального контента.

Темы творческих заданий:

Выполнить часть аудиовизуального проекта в соответствии с выбранным разделом:

1. Графический дизайн — художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды.
2. Мультимедийный проект – проект, содержащий комбинации таких основных элементов, как: 3D модели; видео; рисунки, фотографии; текст; анимация; аудио; навигация.
3. Технологии мультимедиа – это интерактивные системы, которые предоставляют человеку возможность получать информацию сразу через несколько каналов восприятия.
4. Растровое изображение - изображение, представляющее собой сетку (мозаику) пикселей — цветных точек (обычно прямоугольных) на мониторе, бумаге и других отображающих устройствах. Важными характеристиками изображения являются: размер изображения в пикселях — может выражаться в виде количества пикселей по ширине и по высоте или же в виде общего количества пикселей; количество используемых цветов или глубина цвета; цветовое пространство (цветовая модель); разрешение изображения — величина, определяющая количество точек (элементов растрового изображения) на единицу площади (или единицу длины).
5. Векторное изображение - способ представления объектов и изображений (формат описания) в компьютерной графике, основанный на математическом описании элементарных геометрических объектов, обычно называемых примитивами, таких как: точки, линии, сплайны, кривые Безье, круги и окружности, многоугольники. Объекты векторной графики являются графическими изображениями математических объектов. Термин «векторная графика» используется для пояснения различий от растровой графики, в которой изображение представлено в виде графической матрицы.
6. Цветовое пространство — модель представления цвета, основанная на использовании цветных координат. Цветовое пространство строится таким образом, чтобы любой цвет был представлен точкой, имеющей определённые координаты.
7. Типографика - это художественное оформление текста посредством набора и верстки. Оформление текста включает выбор гарнитуры, кегля, длины строк и расстояния между ними (интерлиньяж), изменение пробелов между буквами (кернинг) и группами букв (трэкинг).
8. Графика — вид изобразительного искусства, использующий в качестве основных изобразительных средств линии, штрихи, пятна и точки.
9. Компьютерная графика - технология создания и обработки графических изображений средствами вычислительной техники.
10. Раскадровка — последовательность рисунков, служащая вспомогательным средством при создании фильмов, мультфильмов или рекламных роликов.
11. Литературный сценарий - законченное кинодраматургическое произведение. Он должен содержать полное, последовательное и конкретное описание сюжета, состоящего из разработанных сцен и эпизодов, диалоги и раскрывать образы героев.
12. Режиссерский сценарий - это непосредственный итог углубленного изучения режиссёром литературной основы будущего фильма. Это запись фильма, родившегося в творческом воображении режиссёра в результате анализа литературного сценария и изучения всех связанных с его темой образов и материалов. Режиссёрский сценарий формулирует во всех

деталей развития сюжета и определяет монтажно-ритмический строй и особенности изобразительного решения.

13. Композиция — одна из основных категорий художественного творчества. В отличие от рисунка, цвета, линии, объёма, пространства представляет собой не один из компонентов художественной формы, а художественно-образную, содержательно-формальную целостность — наиболее сложный и совершенный тип структуры, в котором все элементы органично связаны между собой.

14. Раскадровка — это последовательность рисунков, служащая вспомогательным средством при создании фильмов. Она помогает визуально представить, каково видение режиссера, каким образом снимать фильм.

15. Звуковое решение - это речь, музыка и шумы в акустически пространственном и образном соотношении.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой:

1. Основные определения аудиовизуального контента. Возможности аудиовизуального контента.

2. Области использования аудиовизуального контента. Виды аудиовизуального контента.

3. Краткая характеристика основных видов аудиовизуального контента: презентации и реклама, обучающие программы, мультимедиа-учебники, энциклопедии и справочники, тренажёры, интерактивные развивающие игры и развлекательные программы.

4. Требования к аудиовиз. продуктам.

5. Объекты. Свойства и параметры объектов. Изменение свойств объектов с изменением среды. Привести примеры изменения действий объектов, в зависимости о среды.

6. Выразительные средства аудиовизуального контента. Текст, звук, видео, картинки. Свойства объектов мультимедиа. Параметры объектов и их значения. Анимация объектов.

7. Программные продукты для создания объектов аудиовизуального контента. Их характеристики. Особенности их использования. Подбор программных продуктов.

8. Программные продукты для создания аудиовизуального контента. Классификация программных средств. Их характеристики. Особенности использования. Выбор программного продукта.

9. Виды графики. Их характеристики.

10. Основные форматы объектов, используемых в аудиовизуального контента.

11. Технические средства создания аудиовизуального контента. Требования к ним.

12. Типы компьютеров для создания аудиовизуального контента, их характеристики и особенности.

13. Современные технические средства продвижения аудиовизуального контента

14. Интерактивные средства продвижения аудиовизуального контента.

15. Дистанционные средства продвижения аудиовизуального контента.

16. Новые средства использования аудиовизуального контента.

17. Требования к системам отображения информации.

18. Порядок разработки аудиовизуального контента. Этапы разработки и его структура. Инфологическая модель проекта.

19. Особенности использования готовых объектов аудиовизуального контента.

20. Особенности создания интерфейса продукта.

21. Технология создания и распространения мультимедиа продукта.

22. Возможности адаптации аудиовизуального контента на примерах.

23. Авторские права на аудиовизуального контента.

24. Объекты авторских прав. Субъекты авторского права. Знак охраны авторского права.

25. Современное состояние разработки и использования мультимедиа продуктов.

26. Перспективы развития аудиовизуального контента. Возможные области применения аудиовизуального контента.

6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Обязательная аудиторная работа			
Выполнение творческого задания	12	1	12
Выступление с докладом	10	1	10
Посещение занятий	4	12	48
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.1. Литература

1. Хлыстунова, С. В. История и теория аудиовизуальный искусств. История развития технологий в кинематографе : учебное пособие / С. В. Хлыстунова. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2022. - 128 с. - Текст : непосредственный.
<https://www.gikit.ru/lib/catalog>
2. Мультимедийные технологии. Ч. 2. Мультимедиа в презентационной деятельности [Электронный ресурс]: учеб.-метод.комплекс/ сост. О. В. Абалакова. – Кемерово: Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств, 2014. – 63 с.
<https://ibooks.ru/reading.php?productid=351172>
3. Мультимедийные технологии. Ч. 1. Мультимедиа в современной со-циокультурной среде [Электронный ресурс] : учеб.-метод.комплекс) / сост. О. В. Абалакова. – Кемерово: Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств, 2014. – 72 с.
https://ibooks.ru/reading.php?productid=341130&search_string=
4. Познин, В. Ф. Аудиовизуальный продукт: технология плюс творчество [Электронный ресурс] : монография / В. Ф. Познин ; С.-Петерб. гос. ун-т кино и телев. - СПб. : Изд-во СПбГУКиТ, 2006. - 256 с. - Электрон. версия печ. публикации. - Режим доступа: по логину и паролю.
<http://books.gukit.ru/pdf/fulltext/399.pdf>

7.2. Интернет-ресурсы

1.

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Office
Microsoft Windows

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>
Электронная библиотечная система Polpred. <https://polpred.com>

7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний, умений и навыков, которыми надо будет овладеть по дисциплине, в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.