

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
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

«Теория и практика новых медиа»

Наименование ОПОП: Журналистика в медиаиндустрии

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Форма обучения: очная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: медиакommunikационных технологий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 академ. час. / 3 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 51,4 час.

самостоятельная работа: 56,6 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
контрольная работа (эссе)	7
выполнение контрольной работы (эссе)	7
выполнение тестового задания	7
выступление с докладом	7
посещение занятий	7
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	7

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика новых медиа» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 524)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Журналистика в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика

Составитель(и):

Рубцова М.В., профессор кафедры медиакоммуникационных технологий, д-р социол. наук

Рецензент(ы):

Вермишев Г. А., главный редактор бизнес-новостей телеканала "Санкт-Петербург", кандидат философских 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:

формирование умений, необходимыми журналистской деятельности с учетом современных требований к работе в сфере традиционных и новых медиа.

Задачи дисциплины:

- формирование навыков профессиональной работы в сфере новых медиа;
- изучение функций, задач, принципов работы журналиста в современных СМИ, закономерностей и правовых норм;
- принципов организации работы в пространстве новых медиа;
- развитие навыков в области сбора, аналитики, обработки и размещения материалов в информационном пространстве;
- обучение профессиональным знаниям в информационной специализации СМИ.

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)».

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

Второй иностранный язык

Иностранный язык

Коммуникационный менеджмент

Риторика

Стилистика и литературное редактирование медиатекстов

Современный русский язык

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

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

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

Универсальные компетенции

УК-4 — Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.1 — Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Знает: технологию решения профессиональных задач в теле-, радиопрограммах, транслируемых в прямом эфире, в онлайн-трансляциях программ сетевых СМИ;

Умеет: решать поставленные профессиональные задачи с помощью выбора типа, формы деловой коммуникации

Владеет: опытом применения различных типов, форм деловой коммуникации для решения поставленных профессиональных задач

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

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 академ. час. / 3 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 51,4 час.

самостоятельная работа: 56,6 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
контрольная работа	7
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	7

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	7	Итого
Лекции	32	32
Практические	16	16
Консультации	3	3
Самостоятельная работа	48	48
Самостоятельная работа во время сессии	8,6	8,6
Итого	107,6	107,6

2.2. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Предварительное понятие новых медиа

Новые и традиционные медиа. Применимость механизмов работы в традиционных медиа к новым. Дигитализация и коммуникация. Сходства и различия в работе новых медиа и традиционных.

Тема 2. Интернет как метаплатформа

Стратегии медиабизнеса. Событие-факт-пространство. Исторические способы коммуникации. Универсализм новых медиа и медиаконвергенция.

Тема 3. Гражданская журналистика и новые медиа

Зрительская аудитория и пользовательская аудитория. Субъект-субъектная коммуникация в среде новых медиа. Способы доставки контента и тренды современного медиапотребления. Краудсорсинг.

Тема 4. Блогосфера и авторский взгляд

От авторской колонки к блогу. Корпоративные блоги. Персональные блоги. Блоги на платформах интернет-СМИ. Videоблоги. Альтернативный взгляд. Формирование имиджа и репутации в новомедийном PR-пространстве.

Тема 5. Социальные сети: новые медиа в миниатюре

Пользовательский контент в социальных сетях. Социальные сети как способ организации работы с аудиторией. Ключевые направления формирования работы с аудиторией через социальные сети. SMM. Гражданская журналистика в социальных сетях.

Тема 6. Электронная картография как нежурналистский тип новых медиа

География пространств и география глобальной коммуникации. Стратегии ориентации в пространстве. Ключевые черты сходства географического и информационного пространства. Роль журналистики в процессе формирования информационного пространства.

Тема 7. Стратегии национального медиапотребления

«Длинный хвост» телесмотрения. Тенденции развития медиапотребления в ближайшие 10 лет. Медиаконвергенция в структуре социального познания. Secondscreen и развитие телерадиовещания.

Тема 8. Редакторские функции в нежурналистской практике новых медиа

Книгоиздание в эпоху новых медиа. Издательский бизнес в стратегии развития медиакорпораций. Современная выставка как медиатекст. Куратор выставки как редактор медиaprостранства.

Тема 9. ДлЯщиеся события в новых медиа

Понятие длЯщегося события. Хронологический тип освещения длЯщихся событий. Цепочки материалов и обновляемые материалы. Тематический тип освещения длЯщихся событий. Нелинейное формирование журналистского произведения. Анализ и событийное прогнозирование в редакционном планировании.

Тема 10. Журналистка данных и перспективы новых медиа

Дата-журналистика и журналистика метаданных. Интернет как глобальная база данных. Техническое обеспечение гуманитарных функций журналистики. Статистика-контент и контент-статистика. Инструменты работы с журналистикой данных. Понятие таймлайна.

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	Предварительное понятие новых медиа	2	0	0	1	0	0	3
2	Интернет как метаплатформа	2	0	0	1	0	0	3
3	Гражданская журналистика и новые медиа	2	0	0	1	0	0	3
4	Блогосфера и авторский взгляд	2	0	0	1	0	0	3
5	Социальные сети: новые медиа в миниатюре	4	0	0	2	0	0	6
6	Электронная картография как нежурналистский тип новых медиа	4	0	0	2	0	0	6
7	Стратегии национального медиапотребления	4	0	0	2	0	0	6
8	Редакторские функции в нежурналистской практике новых медиа	4	0	0	2	0	0	6
9	Длящиеся события в новых медиа	4	0	0	2	0	0	6
10	Журналистика данных и перспективы новых медиа	4	0	0	2	0	0	6
	ВСЕГО	32	0	0	16	0	0	48

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Теория и практика новых медиа» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема: «Предварительное понятие новых медиа».	1
2	Тема: «Интернет как метаплатформа».	1
3	Тема: «Гражданская журналистика и новые медиа».	1
4	Тема: «Блогосфера и авторский взгляд».	1

5	Тема: «Социальные сети: новые медиа в миниатюре».	2
6	Тема: «Электронная картография как нежурналистский тип новых медиа».	2
7	Тема: «Стратегии национального медиапотребления».	2
8	Тема: «Редакторские функции в нежурналистской практике новых медиа».	2
9	Тема: «Длющиеся события в новых медиа».	2
10	Тема: «Журналистка данных и перспективы новых медиа».	2

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 «Теория и практика новых медиа».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
контрольная работа (эссе)	7
выполнение контрольной работы (эссе)	7
выполнение тестового задания	7
выступление с докладом	7
посещение занятий	7
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	7

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Контрольная работа проводится в форме Эссе.

Студентам предлагается написать эссе по выбранной теме.

Тематика контрольных работ:

1. Технические предпосылки появления телевидения. Антология великих открытий.
2. Особенности развития новых медиа за рубежом.
3. Глобальное пространство коммуникации.
4. SnowFall NY Times. Анализ медиаресурса.
5. Типы блогов в пространстве новых медиа.
6. Информационные паблики в социальных сетях.
7. Инфографика и визуальное представление данных.
8. Videоблоги как самостоятельный тип медиа.
9. Способы взаимодействия с пользователем. Обратная связь и корректировка содержания.
10. Интернет-энциклопедии и верификация данных.
11. PR и GR в блогах. Анализ выбранного примера.
12. Геоинформационные системы как источник информации.

13. Паблики СМИ в социальных сетях.
14. Журналистика данных. Открытые источники статистической информации.
15. Интернет-радио. Формат и перспективы развития.
16. Типы коммуникации и их формы в среде новых медиа.
17. Интернет-телевидение и Смарт ТВ. Формат и перспективы развития.
18. Паблики LAM в социальных сетях. Анализ.
19. Традиционные СМИ и новые СМИ. Проблема конвертации контента.
20. Краудсорсинг и общественная журналистика.
21. Интерактивные элементы в традиционных медиа.
22. Потребление информации в сети интернет.
23. Новостные агрегаторы. Прогноз актуальной информационной повестки.
24. Система планирования мультимедийного материала.
25. Платформы для создания интернет-СМИ.
26. Конвергенция и жанры мультимедиа.
27. Реестр блогеров и наиболее влиятельные авторы в российском интернет-пространстве.
28. Современное информационное общество и его характеристики.
29. Паблики «Российской газеты» и RVTN в социальных сетях. Анализ.
30. Медиаисследование на базе открытых источников.

Тематика докладов:

1. Новые и традиционные медиа.
2. Применимость механизмов работы в традиционных медиа к новым.
3. Дигитализация и коммуникация.
4. Сходства и различия в работе новых медиа и традиционных.
5. Стратегии медиабизнеса.
6. Событие-факт-пространство.
7. Исторические способы коммуникации.
8. Универсализм новых медиа и медиаконвергенция.
9. Субъект-субъектная коммуникация в среде новых медиа.
10. Способы доставки контента и тренды современного медиопотребления.
11. Краудсорсинг.
12. Корпоративные блоги. Персональные блоги. Блоги на платформах интернет-СМИ.
13. Видеоблоги. Альтернативный взгляд.
14. Формирование имиджа и репутации в новомедийном PR-пространстве.
15. Пользовательский контент в социальных сетях.
16. Социальные сети как способ организации работы с аудиторией.
17. Ключевые направления формирования работы с аудиторией через социальные сети. SMM.
18. Гражданская журналистика в социальных сетях.
19. География пространств и география глобальной коммуникации.
20. Стратегии ориентации в пространстве. Ключевые черты сходства географического и информационного пространства.
21. Роль журналистики в процессе формирования информационного пространства.
22. «Длинный хвост» телесмотрения.
23. Тенденции развития медиопотребления в ближайшие 10 лет. Медиаконвергенция в структуре социального познания.
24. Secondscreen и развитие телерадиовещания.
25. Книгоиздание в эпоху новых медиа.
26. Издательский бизнес в стратегии развития медиакорпораций.
27. Современная выставка как медиатекст.
28. Куратор выставки как редактор медиaproстранства.
29. Понятие длящегося события. Хронологический тип освещения длящихся событий.
30. Цепочки материалов и обновляемые материалы.

31. Тематический тип освещения длящихся событий.
32. Нелинейное формирование журналистского произведения.
33. Анализ и событийное прогнозирование в редакционном планировании.
34. Дата-журналистика и журналистика метаданных.
35. Интернет как глобальная база данных.
36. Техническое обеспечение гуманитарных функций журналистики.
37. Статистика-контент и контент-статистика.
38. Инструменты работы с журналистикой данных.
39. Понятие таймлайна.

Примеры тестовых заданий для контроля знаний:

1. Кто впервые определил новый подход к деятельности СМИ, после чего в итоге современные газеты, радио, ТВ и Интернет начали функционировать в мультимедийной среде (образование конвергенции)?

1. Лапыгин В.Л.
2. Хелемендик В.С.
3. Дэниел Бэлл

2. Какие существуют типы конвергентных редакций? (Выбрать вариант ответа, где указаны все типы)

1. Мультимедийная, интегрированная, кросс-медийная
2. Мультимедийная, технологическая, информационная
3. Тематическая, информационная, всеобъемлющая

3. Какой аппарат можно считать прародителем дрона?

1. Мобильный телефон
2. Радиоуправляемый самолет
3. Радиоуправляемая лодка Теслы

4. Благодаря кому термин «дрон-журналистика» начал активно использоваться в СМИ?

1. Медиа-холдинг ВВС при помощи дрона провел съемку в туннелях Crossrail: огромного проекта по созданию высокоскоростной железной дороги, который в будущем должен связать все городские районы

2. Тим Пул в течение целого дня при помощи одного лишь смартфона и дрона вел прямую трансляцию протестов на Уолл-Стрит. Его материалы в своих репортажах использовали такие медиакомпании, как Рейтер, Аль-Джазира и NBC

3. Исследователь канала National Geographic Сэм Косман в своей работе использовал дроны, чтобы получить высококачественные снимки кратера вулкана в Вануату. В результате ученые потеряли два беспилотника, однако получили уникальные кадры, которые помогли узнать больше о вулкане и жизни вокруг него.

5. Новостной агрегатор – это?

1. клиентское приложение, позволяющее собирать информацию с сайтов.
2. объединение в состав единой редакции разные типы СМИ, под единым брендом или в составе одного медиахолдинга
3. компьютерная программа или информационный интернет - ресурс (сайт или страница сайта), отображающий структурированную новостную ленту, формируемую им подборку из новостей различных СМИ, как правило, по заданным критериям автоматически

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов к зачету с оценкой:

1. Понятие медиа. Истоки и подходы к определению.
2. Альтернативные СМИ в пространстве блогосферы.
3. Новые медиа и новые СМИ. Сходства и различия.
4. Новостные ресурсы в интернете.

5. Глобальное пространство коммуникации.
6. SnowFall NY Times. Анализ медиаресурса.
7. Типы блогов в пространстве новых медиа.
8. Информационные паблики в социальных сетях.
9. Инфографика и визуальное представление данных.
10. Видеоблоги как самостоятельный тип медиа.
11. Новостная журналистика в интернете.
12. Геоинформационные системы как источник информации.
13. Паблики СМИ в социальных сетях.
14. Журналистика данных. Открытые источники статистической информации.
15. Интернет-радио. Формат и перспективы развития.
16. Типы коммуникации и их формы в среде новых медиа.
17. Интернет-телевидение и Смарт ТВ. Формат и перспективы развития.
18. Паблики LAM в социальных сетях. Анализ.
19. Традиционные СМИ и новые СМИ. Проблема конвертации контента.
20. Краудсорсинг и общественная журналистика.
21. Интерактивные элементы в традиционных медиа.
22. Потребление информации в сети интернет.
23. Новостные агрегаторы. Прогноз актуальной информационной повестки.
24. Система планирования мультимедийного материала.
25. Платформы для создания интернет-СМИ.
26. Конвергенция и жанры мультимедиа.
27. Реестр блогеров и наиболее влиятельные авторы в российском интернет-пространстве.
28. Современное информационное общество и его характеристики.
29. Паблики «Российской газеты» и RBTH в социальных сетях. Анализ.
30. Медиаисследование на базе открытых источников.
31. Способы взаимодействия с пользователем. Обратная связь и корректировка содержания.
32. Интернет-энциклопедии и верификация данных.
33. PR и GR в блогах. Анализ выбранного примера.
34. Авторское право в интернете и проблема модерации контента.
35. GoogleAnalytics и Яндекс.Метрика. Принципы работы.
36. Гражданская журналистика в пространстве традиционных и новых медиа.
37. Хэштеги и актуальная информационная повестка.
38. Интернет как пространство работы журналиста.
39. Интерактивные сервисы и возможность создания пользовательского контента СМИ.
40. Применимость механизмов работы в традиционных медиа к новым.
41. Дигитализация и коммуникация.
42. Сходства и различия в работе новых медиа и традиционных.
43. Стратегии медиабизнеса.
44. Универсализм новых медиа и медиаконвергенция.
45. Субъект-субъектная коммуникация в среде новых медиа.
46. Книгоиздание в эпоху новых медиа.
47. Издательский бизнес в стратегии развития медиакорпораций.
48. Современная выставка как медиатекст.
49. Понятие дящегося события. Хронологический тип освещения дящихся событий.
50. Тематический тип освещения дящихся событий в новых медиа.

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			
Выступление с докладом	10	2	20
Посещение занятий	1	24	24
Обязательная самостоятельная работа			
Выполнение тестового задания	10	1	10
Выполнение контрольной работы (эссе)	16	1	16
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. Ким, М.Н. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2017. — 304 с. - Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института -по логину и паролю https://ibooks.ru/reading.php?productid=353334&search_string=
2. Нестерова, Е. И.. Технологическая среда медиаиндустрии [Текст] : учебное пособие для вузов / Е. И. Нестерова, В. С. Якимович, Г. М. Луговой. - Уфа : Аэтерна, 2015. - 128 с. - Режим доступа: <https://www.gukit.ru/lib/catalog>
3. Интернет-СМИ: теория и практика [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / А. О. Алексеева [и др.] ; ред. М. М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 346 с. - Режим доступа: <https://www.gukit.ru/lib/catalog>
4. Хорольский, В.В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации [Электронный ресурс]: монография / В.В. Хорольский. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2015. – 243 с. - Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института -по логину и паролю https://ibooks.ru/reading.php?productid=352455&search_string=и
5. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 100700 "Торговое дело" / ред. Л. А. Данченко. - Санкт-Петербург : Питер, 2013. - 288 с. - Режим доступа: <https://www.gukit.ru/lib/catalog>
6. Розенсон, И. А. Основы теории дизайна [Текст] : для бакалавров и магистров : учебник для студентов, обучающихся по специальности "Прикладная информатика (по областям)" / И. А. Розенсон. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер Пресс, 2013. - 256 с. - Режим доступа: <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

7.2. Интернет-ресурсы

1. Media Education Foundation - режим доступа: <http://mediaed.org>.
2. Каталог статей и учебных пособий "JourClub" - режим доступа: <http://www.jourclub.ru>
3. Академик - режим доступа: <http://dic.academic.ru>

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Office
Adobe Acrobat Reader

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>
Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>

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

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам получить умения и навыки в овладении, изучении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечить высокий уровень успеваемости в процессе обучения.

К планированию времени на изучение дисциплины студенту рекомендуется подходить в самом начале учебного семестра, когда он получает от преподавателя данные о количестве часов, предусмотренных для изучения дисциплины (для аудиторной, практической и самостоятельной работы), о структуре изучаемого материала, видах текущего и итогового контроля.

При планировании аудиторной и самостоятельной работы студентам следует уделить основное внимание нормам времени на выполнение тестовых заданий, подготовку к докладу, дискуссии, контрольной работы, соответствию планируемой трудоемкости реальному еженедельному бюджету времени, равномерности нагрузки на протяжении всего учебного года (необходимо скоординировать сроки выполнения заданий с другими параллельно выполняемыми дисциплинами).

При составлении плана самостоятельной работы студента необходимо пользоваться учебной программой дисциплины, где в обязательном порядке указывается количество часов, выделенных на каждую тему. Распределение часов зависит от сложности темы, наличия учебных материалов по данной теме.

Для организации самостоятельной работы рекомендуется уделять свободное время в день после занятий и накануне следующего занятия.

Предусматриваются следующие виды учебной работы: лекции; самостоятельная работа; консультации; практические работы и семинары; предварительные консультации; текущий контроль/аттестация.

Работу с источниками оптимально разбить на несколько этапов:

- предварительный выбор по каталогам, реферативным обзорам, спискам литературы;
- поиск самих источников в соответствии со сформированным списком;
- анализ первоисточников, их отбор.

Работая над темой доклада, нельзя заимствовать чужой материал. Следует обдумывать уже имеющуюся научную информацию, вырабатывать собственные идеи, подходы и концепции, фиксировать собственные мысли. Переписывание чужого текста массивами или без ссылок на первоисточник превращает работу в плагиат.

При подготовке к промежуточной аттестации студенту рекомендовано:

Ознакомиться с программой дисциплины, которая раскрывает основные задачи курса.

Студент должен знать предмет и задачи изучаемого курса, его место и значение, исходя из лекционного материала и взаимосвязи с другими изучаемыми дисциплинами, при этом необходимо:

1. Проработать рекомендуемую основную и дополнительную литературу по изучаемому курсу.
2. Получить у преподавателя контрольные вопросы для промежуточной аттестации.
3. Освоить термины, основные понятия и аспекты дисциплины; определить уровень собственной подготовки, исходя из набранного количества, согласно БРС, баллов; выполнить все виды обязательных заданий аудиторной и самостоятельной работы.
4. Студенту рекомендуется пройти консультацию у преподавателя перед промежуточной аттестацией, заранее подготовив вопросы, требующие дополнительного разъяснения по наиболее трудоемким заданиям.