

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

«Рекламный дизайн»

Наименование ОПОП: специализация N 5 "Художник анимации и компьютерной графики"

Специальность: 54.05.03 Графика

Форма обучения: очная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: компьютерной графики и дизайна

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 44,3 час.

самостоятельная работа: 27,7 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение всех заданий	3
выполнение теста	3
выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	3
выступление с докладом	3
посещение всех занятий	3
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	3

Рабочая программа дисциплины «Рекламный дизайн» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по специальности 54.05.03 ГРАФИКА (приказ Минобрнауки России от 16.11.2016 г. № 1428)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «специализация N 5 "Художник анимации и компьютерной графики"» по специальности 54.05.03 Графика

Составитель(и):

Нестерова М.А., доцент кафедры , кандидат искусствоведения

Рецензент(ы):

Лаврешкина Н.Ю., доцент кафедры искусствоведения ГУП, кандидат искусствоведения

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры компьютерной графики и дизайна

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

И.В. Газеева

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:

наблюдение, анализ и обобщение явлений окружающей действительности через художественные образы для последующего создания художественного произведения в области графического искусства, анимации и компьютерной графики

Задачи дисциплины:

1. изучение сущности рекламы и ее основных видов в современном информационном поле;
2. изучение роли и видов современной рекламной деятельности, функций рекламы в современном обществе;
3. освоение методов генерирования творческой идеи применительно к целям и задачам рекламной деятельности;
4. получение начальных навыков создания различных видов рекламной продукции для разной целевой аудитории

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:

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

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

Научно-производственная практика

Контекстно-модульные графические решения в анимации

Литературоведение для художников и дизайнеров

Подготовка и сдача государственного экзамена

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

Профессиональные компетенции

Вид деятельности: научно-исследовательская.

ПК-10 — способностью к работе с научной и искусствоведческой литературой, способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии.

— .

Знает: профессиональные понятия и терминологию, используемые при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне
0,1

Умеет: работать с научной и искусствоведческой литературой при разработке документации на творческие проекты

Владеет: способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии, используемых при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне

Вид деятельности: научно-исследовательская.

ПК-10 — способностью к работе с научной и искусствоведческой литературой, способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии.

— .

Знает: профессиональные понятия и терминологию, используемые при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне
0,1

Умеет: работать с научной и искусствоведческой литературой при разработке документации на творческие проекты

Владеет: способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии, используемых при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне

Вид деятельности: научно-исследовательская.

ПК-10 — способностью к работе с научной и искусствоведческой литературой, способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии.

— .

Знает: профессиональные понятия и терминологию, используемые при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне
0,1

Умеет: работать с научной и искусствоведческой литературой при разработке документации на творческие проекты

Владеет: способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии, используемых при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне

Вид деятельности: научно-исследовательская.

ПК-10 — способностью к работе с научной и искусствоведческой литературой, способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии.

— .

Знает: профессиональные понятия и терминологию, используемые при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне
0,1

Умеет: работать с научной и искусствоведческой литературой при разработке документации на творческие проекты

Владеет: способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии, используемых при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне

Вид деятельности: научно-исследовательская.

ПК-12 — способностью критически переосмысливать накопленный опыт, изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности.

— .

Знает: особенности профиля своей профессиональной деятельности на основе разработки документации на творческие проекты и в рекламной деятельности
0,7

Умеет: изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности, на основе знания особенностей и различий творческих проектов, в том числе, рекламных

Владеет: методами критического переосмысления накопленного опыта и знаний в области творческих проектов, в том числе, рекламных дизайнерских решений

Вид деятельности: научно-исследовательская.

ПК-12 — способностью критически переосмысливать накопленный опыт, изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности.

— .

Знает: особенности профиля своей профессиональной деятельности на основе разработки документации на творческие проекты и в рекламной деятельности

0,7

Умеет: изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности, на основе знания особенностей и различий творческих проектов, в том числе, рекламных

Владеет: методами критического переосмысления накопленного опыта и знаний в области творческих проектов, в том числе, рекламных дизайнерских решений

Вид деятельности: научно-исследовательская.

ПК-12 — способностью критически переосмысливать накопленный опыт, изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности.

— .

Знает: особенности профиля своей профессиональной деятельности на основе разработки документации на творческие проекты и в рекламной деятельности

0,7

Умеет: изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности, на основе знания особенностей и различий творческих проектов, в том числе, рекламных

Владеет: методами критического переосмысления накопленного опыта и знаний в области творческих проектов, в том числе, рекламных дизайнерских решений

Вид деятельности: научно-исследовательская.

ПК-12 — способностью критически переосмысливать накопленный опыт, изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности.

— .

Знает: особенности профиля своей профессиональной деятельности на основе разработки документации на творческие проекты и в рекламной деятельности

0,7

Умеет: изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности, на основе знания особенностей и различий творческих проектов, в том числе, рекламных

Владеет: методами критического переосмысления накопленного опыта и знаний в области творческих проектов, в том числе, рекламных дизайнерских решений

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

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 44,3 час.

самостоятельная работа: 27,7 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	3

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	3	Итого
Лекции	0	0
Практические	42	42
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	23,5	23,5

Самостоятельная работа во время сессии	4,2	4,2
Итого	71,7	71,7

2.2. Содержание учебной дисциплины

Раздел 1. Цели, задачи и средства рекламной деятельности

Тема 1. 1. Цели, задачи и средства рекламной деятельности

Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Суть, значение и роль рекламы в современном обществе. Цели, задачи, функции рекламы. Классификация рекламы. Виды рекламы. Сущность рекламного процесса

Раздел 2. История рекламы

Тема 2. 1. История развития рекламы

История рекламы. История развития рекламы в античности. Развитие рекламы в средние века. Новый этап развития рекламы в Новое время. Развитие рекламы в 19 веке. История развития российской рекламы.

Раздел 3. Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации

Тема 3. 1. Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации

Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации.

Лексика в рекламе. Правила написания рекламных текстов. Структура рекламного текста. Лексика рекламы. Понятие творческой идеи. Методы генерирования творческих идей. Композиция в рекламном дизайне. Проблемы визуализации информации в рекламе.

Раздел 4. Графический дизайн как основной инструмент рекламы

Тема 4. 1. Графический дизайн как инструмент рекламы

Графический дизайн как основной инструмент рекламы. Суть и роль графического дизайна в рекламе. Классификация графического дизайна. Школы графического дизайна. Фирменный стиль в рекламе. Значение роль и основные элементы. Закономерности зрительного восприятия формы и пространства в рекламе

Раздел 5. Фокус-группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера

Тема 5. 1. Фокус группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера

Фокус-группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера. Методы исследования эффективности рекламы. Количественные и качественные методы. Эффективность рекламы. Фокус группы как качественные методы исследования

Раздел 6. Композиция в графическом дизайне

Тема 6. 1. Композиция в графическом дизайне

Композиция в графическом дизайне. Закономерности зрительного восприятия формы и пространства в рекламе. Задачи иллюстрирования в рекламе. Место иллюстрации в объявлении. Представление визуальной информации. Шрифт в рекламе. Композиционные схемы. Пространство. Ритм. Линии как объекты. Типы баланса в графическом дизайне –использование каждого типа в рекламе. Направленность взгляда –правила. Смысловые и механические факторы. Правила передачи движения. Правила передачи покоя.

Раздел 7. Иллюстрации в рекламе

Тема 7. 1. Иллюстрации в рекламе

Иллюстрации в рекламе. Задачи иллюстрирования в рекламе. Место и размер иллюстрации. Содержание иллюстрации. Использование креативных решений иллюстрации для дизайнерских задач путем композиционных вариаций

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	Цели, задачи и средства рекламной деятельности	0	0	0	6	0	0	6
1.1	Цели, задачи и средства рекламной деятельности	0	0	0	6	0	0	6
2	История рекламы	0	0	0	5	0	0	5
2.1	История развития рекламы	0	0	0	5	0	0	5
3	Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации	0	0	0	5	0	0	5
3.1	Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации	0	0	0	5	0	0	5
4	Графический дизайн как основной инструмент рекламы	0	0	0	7	0	0	7
4.1	Графический дизайн как инструмент рекламы	0	0	0	7	0	0	7
5	Фокус-группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера	0	0	0	7	0	0	7
5.1	Фокус группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера	0	0	0	7	0	0	7
6	Композиция в графическом дизайне	0	0	0	5	0	0	5
6.1	Композиция в графическом дизайне	0	0	0	5	0	0	5
7	Иллюстрации в рекламе	0	0	0	7	0	0	7
7.1	Иллюстрации в рекламе	0	0	0	7	0	0	7
	ВСЕГО	0	0	0	42	0	0	42

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Рекламный дизайн» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Создание проекта плаката социальной рекламы на актуальную тему	4
2	Создание проекта печатной рекламы в каталоге с использованием стилистики модерн	4
3	Создание дизайн-проекта обложки каталога/журнала.	4
4	Создание дизайн-проекта разворота каталога/журнала написанием рекламных текстов и создание идей слоганов.	4
5	Разработка фирменного стиля для компании по выбору с использованием не менее 6 элементов	4
6	Разработка рекламного объявления путём опосредованного представления товара с использованием визуальных иллюзий	5,5
7	Разработка рекламной иллюстрации в соответствии с диагональю чтения, оптическим центром	6

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 «Рекламный дизайн».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение всех заданий	3
выполнение теста	3
выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	3
выступление с докладом	3
посещение всех занятий	3
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	3

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Примерные темы докладов.

1. Цели и задачи социальной рекламы
2. История социальной рекламы
3. Эффективность социальной рекламы
4. Социальная реклама в России и на Западе
5. Эффективность транзитной рекламы
6. Транзитная реклама в России и на Западе
7. Особенности и специфика рекламы в журналах

8. История развития журналов
9. Эффективность рекламы в журналах
10. Развитие журналов в России и на Западе
11. Развитие плаката в России
12. Развитие плаката на Западе
13. История развития японской школы плаката
14. Особенности и специфика книжной иллюстрации
15. История технологии создания иллюстрации
16. Мастера детской иллюстрации в России
17. Мастера детской иллюстрации на Западе
18. Особенности и специфика написания рекламных текстов
19. Особенности и специфика написания рекламных текстов для специализированных каталогов
20. Особенности дизайна разворота каталога
21. Эффективность рекламы в журналах
22. Развитие иллюстрации в России и на Западе
23. История развития фирменного стиля компании
24. Развитие фирменного стиля в России
25. Развитие фирменного стиля на Западе
26. История развития логотипа
27. История развития газеты (по своему выбору)
28. Современные концепции дизайна и его роль в рекламе
29. Современные школы графического дизайна
30. Особенности развития азиатской школы рекламы

Примерные тестовые материалы для контроля знаний

1. Деятельность, использующая редакционную часть средств на распространения массовой информации с целью осуществления престижной рекламы, направленной на завоевание благожелательного отношения к товарным семейства или выпускающим фирмам _____
 - a. Реклама
 - b. Сейлз прлмоушен
 - c. Паблик релейшенз
 - d. Директ маркетинг
2. Показ мод относится к:
 - a. Слуховым (акустическим) рекламным средствам
 - b. Зрительно-осозательным рекламным средствам
 - c. Зрительно-слуховым рекламным средствам
 - d. Зрительно-обонятельным рекламным средствам
3. Изобразительная реклама этого периода воплощена геральдической символикой, цеховой и торговой эмблематикой, гравированными летучими листкам и живописными вывесками:
 - a. Античности
 - b. Средние века
 - c. Новое время
 - d. XIX веке
4. К доводу «сильного» порядка не относится:
 - a. Цифры
 - b. Термины
 - c. Описание от события
 - d. Довод от чужого авторитета
5. Оригинальное начертание полного или сокращенного наименования организации или

товара называется

- a. Девиз
- b. Логотип
- c. Рекламный образ
- d. Слоган

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Теоретические вопросы к зачету

- 1. Что такое «реклама».
- 2. В чем состоят основные цели и задачи рекламы?
- 3. Какую роль выполняет реклама в обществе?
- 4. Какие существуют классификации рекламы?
- 5. Что такое «социальная» реклама?
- 6. Объясните понятия ATL и BTL рекламы.
- 7. Назовите основных участников рекламного процесса.
- 8. Охарактеризуйте деятельность глашатаев в эволюции, начиная с античных времен.
- 9. Проследите развитие устной рекламы в Западной Европе с эпохи античности до XIX века.
- 10. Как появился лубок в средневековой России?
- 11. Охарактеризуйте эволюцию рекламного плаката.
- 12. Чем объясняется отставание в развитии рекламных средств в средние века в России по сравнению с Западом?
- 13. Охарактеризуйте политическую рекламу в России в XVIII веке.
- 14. Чем отличается рекламный плакат от афиши?
- 15. Проследите развитие печатной рекламы в Западной Европе.
- 16. Охарактеризуйте специфические черты европейской и российской вывески как средства рекламы.
- 17. Перечислите основные этапы развития рекламы в Западной Европе и России.
- 18. Что такое креатив в рекламе?
- 19. Назовите методы генерирования творческой идеи.

Практические вопросы к зачету

- 1. Какие требования предъявляются к слогану?
- 2. В чем различие прямых и косвенных заголовков?
- 3. Роль подзаголовка в структуре рекламного текста
- 4. В какой части ОРТ нужно располагать наиболее важную информацию?
- 5. Что такое эхо-фраза?
- 6. В чем отличие в использовании в рекламе абстрактных и конкретных слов?
- 7. Перечислите модальные операторы.
- 8. Что такое графический дизайн?
- 9. Значение русского конструктивизма для развития мирового графического дизайна.
- 10. Немецкая школа графического дизайна.
- 11. Швейцарская школа графического дизайна.
- 12. Развитие американского плаката в 50- гг. XX века
- 13. Классификация графического дизайна.
- 14. Назовите основные продукты графического дизайна.
- 15. Корпоративный стиль. Роль, цели и задачи.
- 16. Назовите основные этапы рекламного исследования.
- 17. В чем различие между первичной и вторичной информацией?
- 18. Охарактеризуйте основные методы рекламных исследований.
- 19. Отличие количественных и качественных методов исследования.
- 20. Что такое опрос?
- 21. Что такое фокус-группа?

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 теста	20	1	20
Выполнение всех заданий	3	7	21
Посещение всех занятий	1	15	15
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление с докладом	14	1	14
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	20	1	20
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. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публичкейслейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. —М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. — 324 с.Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю
<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-394-00792-7>
2. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс]. – М.: ДМК Пресс, 2008. – 272 с.:Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю
<https://ibooks.ru/bookshelf/22424/reading>
3. Коновалов, В. А. Рекламный дизайн [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. А. Коновалов, М. А. Нестерова. - СПб. : СПбГУКиТ, 2013. - 67 с.
http://books.gukit.ru/pdf/2013_1/000127.pdf
4. Уильямс, Робин. Дизайн. Книга для недизайнеров : принципы оформления и типографики для начинающих [Текст] : пер. с англ. / Р. Уильямс. - 4-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2017. - 240 с.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
5. Байкова И. А. Политическая реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. А. Байкова, 2018. - 210 с. - Электрон. версия печ. публикации. - Режим доступа: по логину и паролю
http://books.gukit.ru/pdf//2018/Uchebnaja%20literatura/Bajkova_Politicheskaya_reklama_Uchebnoe_posobie_2018.pdf
6. Рэнд, П. Мысли о дизайне [Текст] : пер. с англ. / П. Рэнд. - Санкт-Петербург : Питер, 2016. - 96 с
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>

7.2. Интернет-ресурсы

- 1.

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Использование лицензионного программного обеспечения по дисциплине «Рекламный дизайн» не предусмотрено.

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. <https://elibrary.ru>

Электронная библиотека образовательно-издательского центра «Академия».

<http://www.academia-moscow.ru>

Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>

Электронная библиотечная система Polpred. <https://polpred.com>

Электронная библиотечная система издательства «ЛАНЬ». <http://e.lanbook.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

Методические материалы студентам очной формы обучения представлены в виде:

- методических рекомендаций по изучению рекомендованной литературы;
- методических рекомендаций по самостоятельной работе;
- методические рекомендации по подготовке докладов, выступлений;
- методических рекомендаций по подготовке к практическим занятиям;

В ходе подготовки к докладам и выступлениям необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Готовясь к докладу, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых работ.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса. Студентам рекомендуется получить в учебную литературу по дисциплине, необходимую для эффективной работы на всех видах аудиторных занятий, а также для самостоятельной работы по изучению дисциплины. Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента путем планомерной, повседневной работы.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). В образовательном процессе выделяется два вида самостоятельной работы – аудиторная, под руководством преподавателя, и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания дисциплины на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- подготовка докладов, сообщений;

Основной формой самостоятельной работы студента является изучение рекомендованной литературы, активное участие на занятиях. Подготовка докладов и выступлений направлена на развитие и закрепление у студентов навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

К выполнению практических заданий следует приступать после ознакомления с рекомендациями, приведенными к работе. Практические задания рекомендуется выполнять в строгом порядке их нумерации и в аудиторное время. При решении задач практической работы нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения

проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками.

Выполнение практических работ является связано с выработкой необходимых навыков в выполнении композиций, наглядных изображений, графических приемов рисования. Графические работы сопутствуют объяснению теоретического материала. Необходимо отслеживать правильность выполнения и четко формулировать требования к работам, оформляемым для отчета по дисциплине. Это достигается следующим образом: выполняется запись с требованиями к работе в тетради и демонстрируются примеры студенческих работ. Работа выполняется поэтапно, соблюдается методическая последовательность и должный темп в процессе изображения. Графические работы следует выполнять последовательно, т.к. систематичность в работе позволит быстрее и лучше усвоить изученный материал.