

| | |
|-------------------|---|
| ФГБОУ ВО «АГУ» | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Адыгейский государственный университет» |
| | Рабочая программа дисциплины (модуля) |
| | СМК. ОП-2/РК-7.3.3 |

УТВЕРЖДАЮ
Декан филологического факультета
У.М. Панеш
28 августа 2018г.



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.02 Организация и проведение рекламных PR-кампаний

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью


Факультет: филологический

Кафедра: литературы и массовых коммуникаций

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры литературы и массовых коммуникаций,

протокол № 1«29» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой д. филолог.н., проф. Бешукова Ф.Б. 

Составитель (разработчик) программы: ассист. Зеленская К.А. 

РПД адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Содержание

| | стр. |
|---|------|
| Пояснительная записка | 3 |
| 1. Цели и задачи дисциплины | 3 |
| 2. Объём дисциплины по видам учебной работы | 4 |
| 3. Содержание дисциплины | 4 |
| 4. Самостоятельная работа обучающихся | 8 |
| 5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины | 9 |
| 6. Методические рекомендации по дисциплине | 10 |
| 7. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными способностями здоровья и для инвалидов | 13 |
| 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины | 15 |
| 9. Лист регистрации изменений | 16 |

Пояснительная записка

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Рабочая программа представляет собой совокупность дидактических материалов, направленных на реализацию содержательных, методических и организационных условий подготовки по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина относится к циклу вариативных дисциплин Блока Б1.

Очная форма обучения

Трудоемкость дисциплины: 4 з.е./ 144 ч.;

контактная работа: 72,55ч.

занятия лекционного типа: 7 сем. – 12 ч., 8 сем. – 12ч.

занятия семинарского типа: 7 сем. практические занятия – 24 ч.; 8 сем. - практические занятия – 24 ч.

ИКР: 7 сем. – 0, 25 ч., 8 сем. – 0,3ч.

СР: 7 сем. – 35,75 ч., 8 сем. – 9 ч.

Контроль: 8 сем. – 26, 7ч.

Заочная форма обучения

Трудоемкость дисциплины: 4 з.е./ 144 ч.;

контактная работа:

занятия лекционного типа: 7 сем. – 4 ч., 8 сем. – 4ч.

занятия семинарского типа: 7 сем. практические занятия – 4 ч.; 8 сем.. практические занятия – 4 ч.

СР: 7 сем. – 64 ч., 8 сем. – 28ч.

ИКР: 8 сем. – 0,3ч.

Контроль: 8 сем. – 35,7ч.

Ключевые слова: масс-медиа, реклама, дизайн, композиция, цвет, креативный текст, образ в рекламе.

Составитель: Зеленская К.А., преподаватель кафедры литературы и массовых коммуникаций АГУ.

1. Цели и задачи дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Показателями компетенций являются:

Знания: студентами основных технологий планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Умения: организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Навыки: планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий

2. Объем дисциплины по видам учебной работы

**Таблица 1. Объем дисциплины по видам учебной работы
(общая трудоемкость в зачетных единицах: 4)**

Очная форма обучения

| Виды учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах | |
|-------------------------------|-------------|------------------------------------|---------|
| | | VII | VIII |
| Общая трудоемкость дисциплины | 144 | 72 | 72 |
| Контактная работа | 72,55 | 36 | 36 |
| Лекции (Л) | 24 | 12 | 12 |
| Практические (П) | 48 | 24 | 24 |
| Самостоятельная работа (СР) | 44,75 | 35,75 | 9 |
| ИКР | 0,55 | 0,25 | 0,3 |
| Контроль | 26,7 | | 26,7 |
| Вид итогового контроля | | зачет | экзамен |

Очно-заочная форма обучения

| Виды учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах | |
|-------------------------------|-------------|------------------------------------|---------|
| | | VII | VIII |
| Общая трудоемкость дисциплины | 144 | 72 | 72 |
| Контактная работа | 16,3 | 8 | 8,3 |
| Лекции (Л) | 8 | 4 | 4 |
| Практические (П) | 8 | 4 | 4 |
| Самостоятельная работа (СР) | 92 | 64 | 28 |
| ИКР | 0,3 | | 0,3 |
| Контроль | 35,7 | | 35,7 |
| Вид итогового контроля | | | экзамен |

3. Содержание дисциплины

Таблица 2. Распределение часов по темам и видам учебной работы**Очная форма обучения**

| Номер темы | Наименование тем дисциплины | Объем в часах | | | |
|------------|---|---------------|----|-------|-------|
| | | Всего | Л | ПЗ | СР |
| Тема № 1 | Группы общественности, принципы коммуникации. Исследование для организации PR-кампании | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема № 2 | Соотношение PR и рекламы в маркетинговых коммуникациях. | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема № 3 | Планирование и бюджетирование кампаний по связям с общественностью | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема № 4 | Собственные мероприятия и мероприятия сторонних организаций. Ключевые факторы мероприятий | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема № 5 | Основные требования к месту проведения мероприятия | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема № 6 | Информирование целевых аудиторий о планируемом мероприятии | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема № 7 | Представление информации на мероприятии | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема № 8 | Работа с персоналом при подготовке и проведении мероприятий | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема № 9 | Действия после мероприятия по закреплению результатов и оценке его эффективности | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема 10 | Основные виды мероприятий, их подготовка и проведение. | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема 11 | Современные коммуникационные технологии в кампании по связям с общественностью. | 12 | 2 | 4 | 6 |
| Тема 12 | Международные кампании по связям с общественностью | 12 | 2 | 4,55 | 5,45 |
| Итого: | | 144 | 24 | 48,55 | 71,45 |

Очно-заочная форма обучения

| Номер темы | Наименование тем дисциплины | Объем в часах | | | |
|------------|--|---------------|---|----|----|
| | | Всего | Л | ПЗ | СР |
| Тема № 1 | Группы общественности, принципы коммуникации. Исследование для организации PR-кампании | 16 | 2 | 2 | 12 |
| Тема № 2 | Соотношение PR и рекламы в маркетинговых коммуникациях. | 16 | 2 | 2 | 12 |
| Тема № 3 | Планирование и бюджетирование | 14 | 2 | | 12 |

| | | | | | |
|----------|---|-----|----|------|-------|
| | кампаний по связям с общественностью | | | | |
| Тема № 4 | Собственные мероприятия и мероприятия сторонних организаций. Ключевые факторы мероприятий | 14 | 2 | | 12 |
| Тема № 5 | Основные требования к месту проведения мероприятия | 14 | | 2 | 12 |
| Тема № 6 | Информирование целевых аудиторий о планируемом мероприятии | 14 | 2 | | 12 |
| Тема № 7 | Представление информации на мероприятии | 14 | | 2 | 12 |
| Тема № 8 | Работа с персоналом при подготовке и проведении мероприятий | 14 | 2 | | 12 |
| Тема № 9 | Действия после мероприятия по закреплению результатов и оценке его эффективности | 14 | | 2 | 12 |
| Тема 10 | Основные виды мероприятий, их подготовка и проведение. | 14 | 2 | | 12 |
| Тема 11 | Современные коммуникационные технологии в кампании по связям с общественностью. | 14 | 2 | | 12 |
| Тема 12 | Международные кампании по связям с общественностью | 22 | | 2,3 | 19,7 |
| Итого: | | 144 | 16 | 16,3 | 127,7 |

4. Самостоятельная работа обучающихся

Таблица 3. Содержание самостоятельной работы обучающихся

| № п/п | Вид самостоятельной работы | Разделы или темы рабочей программы | Форма отчетности |
|-------|--|------------------------------------|--------------------------|
| 1 | Индивидуальное домашнее задание | Лекции: 1-12; ПЗ: 1-12 | Бизнес-план |
| 2 | Реферат | Лекции: 1-12; | реферат |
| 3 | Доклад | ПЗ: 1-12 | доклад |
| 4 | Самоподготовка | Лекции: 1-12; | Разработка кейса |
| 5 | Конспектирование | ПЗ: 1-12 | конспект |
| 6 | Презентация | Лекции: 1-12; | презентация |
| 7 | Исследовательская | ПЗ: 1-12 | План бренд-коммуникации |
| 8 | Работа с электронными учебниками, электронными носителями информации | Лекции: 1-12; | кейс |
| 9 | Работа в интернете | ПЗ: 1-12 | Проект продвижения марки |

4.2. Курсовые проекты – не предусмотрены УП. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).

Современные профессиональные базы (СПБД) и информационные справочные системы (ИСС)

1. Электронные ресурсы на основе лицензионных договоров ФГБОУ ВО «АГУ»

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии. В настоящее время включает более 130 тыс. наименований. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС АГУ на платформе аппаратно-программного комплекса ООО КДУ <http://adygnet.bibliotech.ru> Ресурс содержит электронные аналоги трудов преподавателей АГУ. Обеспечивает доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где читают и покупают электронные и печатные учебники авторов –преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также пользуются видео- и аудиоматериалами, тестированием и сервисами для преподавателей. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС «Лань» www.e.lanbook.com Российский разработчик и поставщик современных образовательных IT-решений, флагманский продукт «Лани» – собственная электронно-библиотечная система (ЭБС), предоставляющая образовательным организациям доступ к электронным версиям книг ведущих издательств учебной, научной, профессиональной литературы и периодики по различным направлениям подготовки. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ФГБУ «Российская государственная библиотека» <http://dvs.rsl.ru> Состав пополняется объемом диссертаций по всем специальностям (кроме медицины и фармации), что составляет около 30000 диссертаций в год. Доступ к полным текстам диссертаций только в отделе электронных публикаций НБ АГУ. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ООО «Научная электронная библиотека» (НЭБ) www.elibrary.ru Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии и образования, в том числе электронные версии более 3900 российских научно-технических журналов, из которых более 2800 журналов в открытом доступе. НЭБ eLIBRARY содержит платформу Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

Некоммерческое партнерство «Ассоциированные региональные библиотечные консорциумы» (АРБИКОН) <http://arbicon.ru/services/> это крупнейшая межведомственная межрегиональная библиотечная сеть страны, располагающая совокупным информационным ресурсом, который дает возможность найти более 50 миллионов документов в 57 регионах страны и уточнить, в фондах каких библиотек их можно получить.

Некоммерческое партнерство «Национальный электронно-информационный консорциум» (НЭИКОН) www.neicon.ru объединяет возможности российских библиотек и научных организаций для корпоративного доступа к электронным базам данных научных периодических изданий, предлагаемых российскими и зарубежными издательствами и информационными агентствами.

ООО «Фактор Плюс» (СПС «Консультант Плюс») www.consultant.ru – это современная справочная система, обеспечивающая большое количество возможностей при работе с текстовыми правовыми документами. Программа предназначена для качественного оперативного снабжения правовой информацией юристов, а также других лиц, использующих в своей работе нормативно-правовую документацию.

ООО «Компания АПИ «ГАРАНТ» www.garant.ru Справочно-правовая система «Гарант» – это программное приложение для компьютера, в котором содержится полная, подвергнутая систематизации и постоянно обновляемая законодательная информация.

Международные базы данных научных изданий

Web of Science <https://apps.webofknowledge.com> Научометрическая реферативная база данных журналов и конференций. Позволяет получить доступ к большому объему исследовательской литературы мирового класса, связанной с тщательно отобранным списком журналов. Режим доступа: IP адреса университета

Scopus <https://www.scopus.com/search/> – это научометрическая реферативная база данных, входящая в базу данных SciVerse компании Elsevier. SciVerse объединяет в себе материалы из коллекции рецензированной литературы SciVerse Scopus, собрания полнотекстовых статей SciVerse ScienceDirect, доступ к которой определяется условиями подписки. Режим доступа: IP адреса университета.

2. Интернет-ресурсы открытого доступа (Open Access)

Официальный сайт науки и высшего образования РФ <https://minobrnauki.gov.ru/>

Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/> Ресурс обеспечивает свободный доступ к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов, к электронной библиотеке учебно-методических материалов для общего и профессионального образования и к ресурсам системы федеральных образовательных порталов, объединяет в единое информационное пространство электронные ресурсы свободного доступа для всех уровней образования в России.

Базы данных ИНИОН РАН <http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/> Общий объем массивов составляет более 3 млн. 800 тыс. записей (данные на 30 января 2019 г.). Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей. В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН.

Университетская информационная система Россия uisrussia.msu.ru Тематическая электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).

Таблица 4. Основная литература

| № п/п | Библиографическое описание |
|-------|---|
| 1 | Абросимов, Н. В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании [Электронный ресурс] / Н. В. Абросимов. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 144 с. - 978-5-504-00873-8. Режим |

| | |
|----|---|
| | доступа: http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176 (дата обращения 11.12.2013). |
| 2 | Рыбаков, Ю. П. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии [Электронный ресурс] / Ю. П. Рыбаков. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 161 с. - 978-5-504-00762-5. Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141873 (дата обращения 11.12.2013). |
| 3 | Рекламный дискурс и рекламный текст [Электронный ресурс] / М.: Флинта, 2011. - 149 с. - 978-5-9765-1112-5. Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83209 (дата обращения 10.12.2013). |
| 4. | Долгов, А. И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. И. Долгов, Е. А. Прокопенко. - М.: Флинта, 2011. - 278 с. - 978-5-9765-0146-1. Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145 (дата обращения 10.12.2013). |
| 5 | Харламова, Т. М. Психология влияния [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. М. Харламова. - М.: Флинта, 2011. - 111 с. - 978-5-9765-0139-3. Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103799 (дата обращения 10.12.2013). |

Таблица 9. Дополнительная литература

| № п/п | Библиографическое описание |
|-------|---|
| 1. | Аакер, Д.А. Создание сильных брендов / Д.А. Аакер ; М., ИД Гребенникова, 2003. |
| 2. | Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер ; СПб. : Питер, 1999, гл. 2 |
| 3. | Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России / В.Н. Домнин ; СПб. : Питер, 2002, гл. 9. |
| 4. | Дэвис, С. М. Управление активами торговой марки / С.М. Дэвис ; СПб. : Питер, 2001, этапы 9-10. |
| 5. | Эллвуд, Я. 100 приемов эффективного брендинга. Пер. с англ. С. Жильцов ; / Я. Эллвуд ; СПб. : Питер, Питер принт, 2002, гл. 10. |
| 6. | Скоробогатых, И.И. Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки / И.И. Скоробогатых, Д.А. Чиняева // Маркетинг в России и за рубежом; Вып. 4, 6. М. : Дело и сервис, 2003. |
| 7. | Юрашев, В.В. Оценка возможностей глобализации торговой марки при помощи марочного капитала / В.В. Юрашев, И.В. Шелест // Там же, вып. 2. |
| 8. | Панюкова, В.В. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для российских предприятий / В.В. Панюкова // Маркетинг в России и за рубежом; Вып. 6. М. : Дело и сервис, 2004. |
| 9. | Шмитт, Б. Эмпирический маркетинг / Б. Шмитт ; М. : Фаир-Пресс, 2001 |
| 10. | Захарычев, Л.С. Модель управления брендами предприятий- производителей / Л.С. Захарычев // Маркетинг в России и за рубежом. Вып. 5. М. : Дело и сервис, 2004. |
| 11. | Создание и продвижение брендов в условиях конкуренции : Материалы VII Международной конференции «Создание и продвижение брендов на российском рынке». М.: 2002 |
| 12. | Дымшиц, М. Разработка и продвижение бренда // Дымшиц М. ; www.d2d.ru |
| 13. | Нильсон, Т. Конкурентный брендинг / Нильсон Т.; СПб.: 2003 |

| | |
|-----|---|
| 14. | Райс, Э. Траут, Д. Позиционирование: битва за узнаваемость / Э. Райс, Д. Траут ; СПб. : Питер, 2001, гл. 1, 3, 7, 8 |
|-----|---|

Периодические издания

| № п/п | Название (адрес) ресурса |
|-------|--|
| 1 | ВЕСТНИК МОСКОВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА. СЕРИЯ 10. ЖУРНАЛИСТИКА. – Режим доступа: https://dlib.eastview.com/browse/publication/9346 |

Таблица 6. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Название (адрес) ресурса |
|-------|---|
| 1 | Web-сайт интегрированного брендинга: http:// www.parkerlepla.com . |
| 2 | Web-сайт Butterball Turkey: http://www.butterball.com |
| 3 | Web-сайт Southern California Edison: http://www.edisonhome.com |
| 4 | Web-сайт Yahoo: http://www.yahoo.com |
| 5 | Web-сайт компании Microsoft: www.Microsoft.com |
| 6 | <u>Проект Журналист Journalist PRO</u> http://www.journalist-pro.com/wip.php |
| 7 | http://www.auditorium.ru |
| 8 | Альманахи журнала: Капитал и ценность бренда: создание, развитие и укрепление Создание бренда: идея, концепция, имя, дизайн – http://www.brand-management.ru |
| 9 | Компьютерная психолингвистическая программа «ВААЛ-2000», используемая для разработки и тестирования имен для брендов – http://www.vaal.ru |
| 10 | Сайт образцов творческой рекламы iCreative |
| 11 | Сайт креативного агентства «Createc». |

6. Методические рекомендации по дисциплине

Методические рекомендации преподавателю

Дисциплина «Организация и проведение рекламных PR-компаний» является теоретико-практической.

В курсе дисциплины используются мультимедийные проекторы или видеоз экраны для презентаций учебного материала. Визуализация теоретического материала позволяет донести информацию с большим эффектом, чем устное выступление. Кроме того, с ее помощью можно эффективно персонифицировать частные аспекты теоретического материала – наглядно показать определенные типологические ниши (газеты, ТВ-проекты и т.д.).

Методические указания для студентов: для успешного освоения материала необходимо систематически посещать лекции, конспектировать информацию в соответствии с планом, предложенным преподавателем. Обязательно выполнять самостоятельную работу, активно работать на лабораторных занятиях.

Лабораторные занятия проводятся в форме групповых дискуссий, интерактивных занятий, деловых игр, докладов, защиты рефератов, презентаций проектов, круглых столов с приглашением педагогов по специальности.

Интерактивные занятия проводятся с целью обучения студентов совместной групповой деятельности, для выработки совместной тактики и стратегии взаимодействия по предложенной преподавателем теме.

Деловые игры используются преподавателем на лабораторном занятии с целью моделирования предстоящей работы студентов в группах учащихся общеобразовательных школ. Деловые игры создают огромные возможности для развития опыта научно-творческой деятельности будущих специалистов. Преподаватель, до начала проведения игры предлагает тему, к которой студенты готовятся заранее, распределяются роли.

Презентация проводится в виде доклада, фотовыставки, видеоролика, выставки работ участников группы и др. На презентацию выделяется не более 7-8 минут. Необходимо время для обсуждения. На одном занятии достаточно 1- 2-х презентаций.

Методические рекомендации по осуществлению текущего и итогового контроля

Знания, умения и навыки студентов оцениваются в ходе текущего и/или итогового контроля (аттестации) по учебной дисциплине.

Форма текущего контроля должна быть доведена до студентов на первом занятии по дисциплине преподавателем, проводящим занятия.

Текущий контроль может включать в себя качественную и/или количественную системы оценок работы студента во время обучения. Допускается использование любой шкалы выбранных систем оценок - традиционной пятибалльной, 100-бальной, рейтинговой и т.п. В качестве итогового контроля могут быть использованы результаты текущего контроля (например, тестирование и т.д.). В случае несогласия студента по использованию оценок текущего контроля, он имеет право на итоговый контроль.

Оценка знаний студента производится по результатам итогового контроля (или процедуры его заменяющей) с учетом результатов текущего контроля. Знания и умения студента определяются следующими оценками: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно".

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

В изучении курса особое место занимает самостоятельная работа студентов. Усвоение учебной программы находится в прямой зависимости от способности студента самостоятельно и творчески трудиться. Цель самостоятельной работы студента – овладение навыками самостоятельной деятельности, готовность к непрерывному профессиональному образованию и непрерывному саморазвитию, становлению профессиональных компетенций:

- стремление к высокому качеству деятельности;
- развитие когнитивных умений;
- формирование умения творчески мыслить;
- воспитание способности к ситуативной деятельности и демократическому типу общения (с группой и индивидуумом);
- развитие умения творчески использовать высокие информационные технологии в области своей профессиональной деятельности.

Преподаватель формирует содержание, планирует, организует, руководит, контролирует самостоятельную работу студентов.

Определяет организационные формы самостоятельной работы студентов в соответствии с содержанием дисциплины, графиком учебного процесса, учебным планом, с особенностями студенческой аудитории, индивидуальными особенностями студентов. Обеспечивает студентов информацией, списками литературы, информационно-методическими материалами (рабочей программой, методическими указаниями, заданиями для самоконтроля). Обеспечивает графиком выполнения самостоятельной работы, графиком консультаций.

Для систематизации знаний студентов и с целью контроля самостоятельной работы преподаватель может предложить студентам оформить тематический словарь терминов по той или иной теме, разработать презентацию с использованием современных технологий, составить подборку новейших научных публикаций по заданной теме. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной и учебно-исследовательской деятельности.

Методические рекомендации обучающимся

Студент на лабораторных занятиях должен закрепить теоретический материал, предусмотренный учебным планом; иметь представление о технологиях фотосъемки.

Подготовка студентов к дискуссии предполагает:

- ознакомление с планом и соответствующими методическими указаниями;
- изучение конспекта лекции по данной теме;
- самостоятельное изучение литературы к каждому из вопросов плана;
- выполнение заданий для самостоятельной работы.

Готовясь к лабораторному занятию, необходимо ориентироваться на работу в следующей последовательности:

- знакомство с изложением темы в учебнике, лекционных записях, т.е. с теми источниками информации, где тема раскрыта целостно, системно и завершено;
- изучение основных понятий темы занятия (совокупность ключевых элементов содержания темы);
- чтение литературы необходимо сопровождать конспектами, выписками, тезисами, замечаниями;
- подготовка к выступлению на занятии предполагает заучивание отдельных фрагментов темы, понимания сущности учебного материала и умения излагать его основное содержание.

Студент, под руководством преподавателя, к занятию, готовит материал в виде сообщения, доклада, реферата по теме и защищает его перед аудиторией.

Реферат готовится на основе анализа не менее 4-6 научных и литературных источников.

Во введении обосновывается выбор темы, актуальность и глубина рассматриваемой проблемы. В основной части реферата представляются концепции разных авторов, изложенные в анализируемых источниках. Автор реферата может использовать результаты собственных исследований, проведенных при работе с группами самопомощи имеющих схожие проблемы, сопоставить работу разных групп, выявить общее и частное в их деятельности, организационной структуре и т.д.

7. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- ☐ для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

☐ для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

☐ для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

☐ для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

☐ для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

☐ для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

– Специализированные помещения для проведения занятий лекционного типа - 232, 233, 101;

- для семинарского типа занятий, групповых, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации - 234, 236, 237, 233;
 - специализированный учебно-методический кабинет литературы, оснащенный литературой и приспособленный для самостоятельной работы обучающихся - 230;
 - специализированный учебно-методический кабинет русского языка, оснащенный литературой и приспособленный для самостоятельной работы обучающихся - 231;
 - для активных и интерактивных занятий - 230, 231, 232, 234;
 - информационный центр на базе компьютерного учебно-методического кабинета для проведения интерактивных занятий - 237;
 - редакционно-издательский отдел научно-образовательного журнала «Вестник АГУ», обучающий современным издательским технологиям;
- Технические средства обучения, служащие для представления учебной информации:
- компьютерный учебно-методический кабинет с выходом в Интернет, 22 компьютера, подключенных к Интернет, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (наглядные пособия кабинета литературы и кабинета русского языка, мультимедийная доска, 3 кинопроектора, ноутбук, 3 телевизора, набор кинопрограмм);
 - информационный центр АГУ (преподаватель делает выбор средств в зависимости от характера дисциплины);
 - Научная библиотека АГУ;
 - система дистанционного обучения, расположенная на официальном сайте АГУ по адресу: <http://de24.adygnet.ru/>;
 - система электронного тестирования, установленная в ауд. 238 филологического факультета АГУ.

Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Apache OpenOffice пакет офисных приложений
 LibreOffice пакет офисных приложений

9. Лист регистрации изменений

[illegible]