

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

Б.1.В.ДВ.03.02 Практика рекламного текста

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Факультет филологический

Кафедра русского языка

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры русского языка,

протокол № 1 «28» августа 2018 г.

Заведующий кафедрой: д. филолог. н., доц. З.К. Беданоква _____

Составитель (разработчик) программы: к. филолог. н., доц. С.В. Ляпун _____

РПД адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Оглавление

	стр.
Пояснительная записка	3
1. Цели и задачи дисциплины (модуля)	4
2. Объём дисциплины (модуля) по видам учебной работы	4
3. Содержание дисциплины (модуля)	5
4. Самостоятельная работа обучающихся	6
5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	7
6. Методические рекомендации по дисциплине (модулю)	8
7. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья	12
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	13
9. Лист регистрации изменений	18

Пояснительная записка

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью».

РП представляет собой совокупность дидактических материалов, направленных на реализацию содержательных, методических и организационных условий подготовки по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью».

Дисциплина относится к циклу дисциплин по выбору блока Б1..

Трудоемкость дисциплины: 3 з.е. / 108 ч.

Контактная работа: ОДО – 20, 25 з.е., ОЗФО – 16, 25ч.

занятия лекционного типа: ОДО – 4 ч., ОЗФО – 4ч.;

практические занятия: ОДО – 16ч., ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа – 0, 25 ч. (ОДО, ОЗФО).

СР – ОДО 895 75 ч., ОЗФО – 91, 75

Ключевые слова: рекламный текст, стиль, методы, слоган, жанр, язык рекламы.

Составитель: к. филолог. н., доц. С.В. Ляпун

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

- способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1)
- способностью решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);
- способностью к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24).

Показателями компетенций являются:

знать:

- об основных приемах воздействия на психологию реципиента при создании рекламного текста;
- о стилевом оформлении рекламного текста;
- о специфике языка различных типов рекламы;
- об основных жанрах рекламного текста и их языковых особенностях;
- о слогане как рекламной константе, о семиотике в рекламе;
- о маркетинговой и художественной ценности рекламного текста;
- профессиональную терминологию копирайтера;
- методы, приемы, особенности составления рекламного дискурса;
- специфические особенности языка рекламы;
- стилевые особенности рекламного текста;
- особенности слогана как рекламной константы;
- маркетинговую и художественную ценность рекламного текста;
- выразительные и художественно-изобразительные средства русского языка и их использование в рекламе;
- специфику языка разных типов рекламы (аудиальной, визуальной, др);

уметь:

- рецензировать рекламные тексты;
- исследовать стилевые особенности, выразительные и художественно-изобразительные средства языка рекламного текста;
- использовать знания о специфических особенностях языка рекламы при составлении оригинальных самостоятельных текстов для различных типов рекламы;
- выражать творческие идеи в тексте рекламы, используя выразительные средства речи.

2. Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы

**Таблица 1. Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы
(общая трудоемкость в зачетных единицах: 3)**

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		I
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа	20,25	20,25
Лекции (Л)	4	4

Практические занятия (П)	16	16
ИКР	0,25	0,25
Самостоятельная работа (СРС)	85,75	85,75
Вид итогового контроля	зачет	зачет

Очно-заочная форма обучения (3 з.е.)

Виды учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		II
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа	16, 25	16, 25
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (П)	12	12
Самостоятельная работа (СРС)	91,75	91,75
ИКР	0,25	0,25
Вид итогового контроля	зачет	зачет

3. Содержание дисциплины (модуля)

Таблица 2. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Очная форма обучения, 1 семестр

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модулей)	Объем в часах			
		Всего	Л	ПЗ	СР
Тема 1	Понятие рекламного текста	11	1		10
Тема 2	Логика и аргументация в рекламном тексте	13	1	2	10
Тема 3	Рекламный текст как разновидность современного мифа.	12		2	10
Тема 4	Характеристика различных видов рекламы	13	1	2	10
Тема 5	Основные принципы составления рекламных текстов.	12		2	10
Тема 6	Стилистические особенности рекламных заголовков.	12		2	10
Тема 7	Особенности языка основного рекламного текста	13,25	1	2 (0,25)	10
Тема 8	Слоган как рекламная константа	12		2	10
Тема 9	Основные этапы создания рекламного текста	7,75		2	5,75
Итого:		108	4	16,25	85,75

Очно-заочная форма обучения (3 з.е.) 2 семестр

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модулей)	Объем в часах			
		Всего	Л	ПЗ	СР

Тема 1	Понятие рекламного текста	11	1		10
Тема 2	Логика и аргументация в рекламном тексте	12		2	10
Тема 3	Рекламный текст как разновидность современного мифа.	12		2	10
Тема 4	Характеристика различных видов рекламы	12		2	10
Тема 5	Основные принципы составления рекламных текстов.	12	2	1	10
Тема 6	Стилистические особенности рекламных заголовков.	12		2	10
Тема 7	Особенности языка основного рекламного текста	12	1	1	10
Тема 8	Слоган как рекламная константа	11		1	10
Тема 9	Основные этапы создания рекламного текста	13	0,25	1	11,75
Итого:		108	4,25	12	91,75

4. Самостоятельная работа обучающихся

4.1. Примерная тематика курсовых проектов – не предусмотрены УП,

4.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3. Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Разделы или темы рабочей программы	Форма отчетности
1	Индивидуальное домашнее задание	1 – 9	Конспект, устный ответ
2	Реферат	1 – 9	реферат в письменной форме
3	Доклад	1 – 9	Доклад в письменной форме
4	Самоподготовка	1 – 9	Устное сообщение, конспект
5	Конспектирование	1,4,9,	конспект
6	Презентация	1-9	презентация
7	Исследовательская	1 – 9	реферат
8	Работа с электронными учебниками, электронными носителями информации	1 – 9	Материалы к занятиям, список библиографии по теме
9	Работа в интернете	1 – 9	Работа с дистанц. заданиями

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 объём 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.

Библиотеки России

Президентская библиотека	им. Б.Н. Ельцина,	г. Санкт-Петербург
Российская государственная библиотека	(РГБ),	г. Москва
Российская национальная библиотека	(РНБ),	г. Санкт-Петербург
Государственная публичная научно-техническая библиотека России (ГПНТБ), г. Москва		

СМИ и информационно-библиотечное дело

Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика : журнал

МедиаСпрут : каталоги СМИ России, стран СНГ и Балтии, дальнего зарубежья

EVARTIST-Библиотека : книги и статьи о журналистике, рекламе и PR

Союз журналистов России

Клуб научных журналистов

Информационный портал для молодых журналистов

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).

Таблица 4. Основная литература

№ п/п	Библиографическое Описание
1.	Реклама: язык, речь, общение: учеб. пособие для вузов / А. А. Алипова [и др.]; под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 288 с.
2.	Ткаченко, Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриева. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 337 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2
3.	Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса: учебное пособие / Э.В. Булатова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-7996-0741-8; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310

Таблица 5. Дополнительная литература

№ п/п	Библиографическое описание
1	Ласкова, М.В. Лингвокультурные особенности языковой игры в рекламной картине мира: монография / М.В. Ласкова, Ю.В. Попова. - Ростов-н/Д : ИПО ЮФУ, 2013. - 128 с. - библиогр. с: С. 110-125. - ISBN 978-5-8480-0951-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241155
2	Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 539 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112327
3.	Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. - Изд. 2-е. - Ростов-н/Д: Феникс, 2014. - 288 с.: ил. - (Бизнес-класс). - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458 (20.01.2017).
4.	Ухова, Л.В. Эффективность рекламного текста : сборник статей / Л.В. Ухова. - М.: Директ-Медиа, 2014. - 200 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239496 (20.01.2017).

Периодика

1.	Вестник МГУ Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация
2.	Культурная жизнь Юга России

Таблица 6. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Название (адрес) ресурса
1	http://prtrend.ru
2	http://www.sovetnik.ru
3	http://www.raso.ru
4	http://smm.ingate.ru/smm-wiki/pr-menedzher/
5	http://www.msu.ru/press/smiaboutmsu/filosofskiy-fakultet-mgu-otkryl-keys-klub-dlya-pr-spetsialistov-.html
6	http://сайты-и-продвижение.рф/обучение-пр-специалистов

6. Методические рекомендации преподавателю и методические указания обучающимся по дисциплине (модулю).

Методические рекомендации преподавателю

Дисциплина «Практика рекламного текста» - это часть рекламной науки. Особое внимание уделяется изучению содержания коммуникативного процесса, теориям и моделям коммуникации, видам массовой коммуникации. В ходе освоения курса рассматриваются актуальные вопросы информационного общества. Курс выстроен так, чтобы сформировать у

магистрантов теоретическую базу и выработать умение применять полученные знания в решении прикладных задач. Основными видами учебных занятий по дисциплине являются: лекции, практические занятия и подготовка рефератов. Лекции необходимы для раскрытия основных теоретико-методологических проблем курса. Практические занятия по курсу должны закрепить и углубить лекционный материал, дать студентам навыки работы с научной литературой, правильного использования категориального аппарата, обоснования своей точки зрения по дискуссионным и актуальным проблемам. Подготовка рефератов имеет цель предоставить магистранту возможность выбрать тему, приобрести навыки подготовки письменных работ, осуществление поиска литературы и системного изложения обработанного материала.

В результате изучения учебной дисциплины «Практика рекламного текста» магистранты должны основные технологии производства и применения рекламного текста.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса: сетевые технологии, технологии клиент-сервер, мультимедийные, дистанционные технологии. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса: научная библиотека АГУ, компьютерный кабинет (с выходом в Интернет), мультимедийный проектор.

Форма итогового контроля – зачет

Методические рекомендации по осуществлению текущего и итогового контроля

Продуктивность освоения курса оценивается на основе показателей развития магистранта по трем критериям: когнитивному, деятельностному, личностному.

Когнитивные критерии основываются на количественных и качественных описаниях эффективности процесса обучения:

- пополнение знаний (по сравнению с исходным уровнем);
- реальный объем знаний (по сравнению с требованиями стандарта);
- актуализации знаний при решении познавательных и практических задач;
- применение знаний в новых ситуациях;
- эффективность использования в практической деятельности.

Деятельностные критерии позволяют оценить сформированность познавательных и практических умений:

- объем умений (по сравнению с эталонным перечнем, содержащимся в образовательном стандарте);
- полноту операционального состава данного умения;
- усвоение опорной теоретической основы умения;
- интегрированность (комплексность);
- устойчивость;
- гибкость (перенос в новые ситуации);
- действенность.

Личностные критерии позволяют оценить развивающий характер обучения: мотивы учения;

- динамику интеллектуального развития;
- личностный смысл полученных знаний, удовлетворенность процессом обучения;
- способность к рефлексии;
- готовность к самообразованию и самовоспитанию.

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

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

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

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

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Проводимая при изучении дисциплины **«Практика рекламного текста»** самостоятельная работа магистрантов решает следующие задачи:

- изучение и закрепление учебного материала по учебникам, учебным пособиям;
- приобретение навыков поиска необходимой информации;
- развитие творческого мышления магистрантов;
- воспитание трудолюбия, целеустремленности, самодисциплины, умения планировать свое время;
- приобщение части наиболее подготовленных магистрантов к научно- исследовательской работе и приобретение навыков ведения этой работы.

Изучение дисциплины **«Практика рекламного текста»** предполагает выполнение, прежде всего, следующих видов самостоятельной работы магистрантов:

- выполнение тестовых заданий;
- изучение основной и дополнительной литературы;
- чтение и анализ периодики по управлению персоналом с дальнейшим рецензированием статей.

Методические рекомендации обучающимся Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине «Практика рекламного текста»

Инструкция: 1. Работайте с заголовками!

сформулируйте для себя, о чем пойдет речь в тексте;
вспомните все, что вы уже знаете на эту тему;
поставьте вопросы, на которые, по вашему мнению, в тексте будут даны ответы;
попытайтесь, насколько это возможно, дать на эти вопросы предположительные ответы до чтения текста;

приступив к чтению, сопоставляйте выдвинутые вами предположения с реальными содержанием текста.

1. Работайте с текстом!

читая, следите, есть ли в тексте непонятные слова и выражения. Если есть, найдите к ним объяснение в словаре по менеджменту;

непонятным может быть само содержание с пройденным, но плохо усвоенным материалом. Подумайте, не станет ли текст понятным, если разобрать конкретные примеры.

2. ***Ведите диалог с автором!***

по ходу всего чтения ставьте вопросы к тексту и выдвигайте свои предположения о дальнейшем его содержании; —

проверяйте свои предположения в процессе ее чтения. Если вы не можете дать предположительные ответы на свои вопросы, ищите эти ответы в тексте. Если не можете найти ответ, помните, что в тексте его может и не быть. В таких случаях пытайтесь найти недостающие сведения в других источниках.

3. ***Выделяйте главное!***

читая текст, старайтесь отделить в нем главное от второстепенного;
обдумайте, в какой части текста выражена главная мысль и что эту мысль поясняет или дополняет;

по ходу чтения составляйте план (устный или письменный) или конспект текста;

составляйте схемы, таблицы, отражающие существенные моменты текста;

в случае необходимости делайте выписки;

рассматривайте все данные в учебнике примеры и придумывайте свои.

На протяжении работы старайтесь представить себе то, о чем вы читаете!

5. ***Запомните материал!***

1. Объясните себе, в чем связь мыслей - пунктов вашего плана.

2. Перескажите текст по плану.

3. Ответьте на вопросы учебника или вопросы для самоконтроля в учебном пособии.

6. ***Проверьте себя!***

1. Ответив на вопросы, проверьте по учебнику или пособию правильность своего ответа.
2. После пересказа проверьте, все ли выделенное вами пересказано и не было ли при этом ошибок.

Продуктивность работы с книгой будет значительно выше, если читать регулярно, систематически, не допуская больших перерывов. Если даже уделять работе с книгой хотя бы по одному часу через день, постоянно в памяти будет поддерживаться связь вновь прочитанного с прочитанным прежде. Читать надо в таком порядке, чтобы содержание каждой новой книги связывалось с тем запасом знаний по менеджменту, который уже имеется, чтобы неизвестное, новое присоединялось к уже известному. Чтение и анализ периодики по управлению персоналом с дальнейшим конспектированием или рецензированием наиболее понравившихся статей. Особое внимание студентам следует обратить на научные публикации в специализированных журналах.

Чтобы найти интересующую статью в журнале, следует ознакомиться с перечнями статей в последнем номере журнала за год. Магистранты должны работать с новыми публикациями в журналах (за последние 5 лет). Перед рецензированием статьи, ее необходимо согласовать с преподавателем. Конспекты статей оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Они не подменяются планами работ или полностью переписанным текстом: студент должен научиться отбирать основное. Конспект пишется в тетради с обозначением фамилии владельца. Обязательно указывается автор статьи, место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен 22 конспектируемый текст. Качество конспекта повышается, когда магистрант сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

Для того чтобы магистрант осознал себя не только потребителем, но распространителем нового знания, целесообразно использовать групповую форму организации самостоятельной работы. В рамках небольшой группы (2-4 человека) магистранты работают над решением одной задачи. Каждый, проделывая самостоятельно определенную (но имеющую законченный вид) часть работы, затем «вносит» это «в общий котел».

Рецензирование статей из периодики. Объем рецензии не должен превышать одну страницу (при размере шрифта 14, через полтора интервала). Рекомендуемая структура рецензии:

цель публикации, по мнению студента;

характер публикации (научная, прикладная, учебная, рекламная, иная);

последовательность и логика изложения; язык работы;
доступность изложения;
результаты, полученные автором публикации, их обоснованность;
достоинства публикации;
недостатки публикации;
степень новизны результатов, по мнению студента.

В рецензии не рекомендуется пересказывать содержание публикации, ее назначение - критический анализ и оценка. Рецензия как отчетный материал по самостоятельной работе магистрантов учитывается при итоговой оценке знаний.

Методические указания и рекомендации по написанию реферата

Реферат по данному курсу подготавливается магистрантом самостоятельно, должен носить творческий характер, по своему содержанию и оформлению быть приближенным к научному исследованию. При этом исполнитель может выбрать его тему из предложенной тематики. Также следует принимать во внимание свои научные и профессиональные интересы, связывая содержание работы с задачами конкретной организации (например, той, где работал или работает магистрант). В обоснованных случаях тема может быть избрана студентом вне тематического списка. При подготовке реферата магистранту предварительно следует подобрать различные литературные, периодические, нормативные и другие источники и материалы, систематизируя и обобщая при этом нужную информацию по теме. Необходимо осуществлять творческий подход к использованию собранной информации, критически оценивая отражаемые в источниках сведения и данные. Представляется важным раскрыть не только теоретическое состояние дел по рассматриваемому вопросу, а на примерах конкретной организации дать его решения с обоснованием прогрессивных и перспективных направлений совершенствования. Общие требования к реферату:

- логическая последовательность и четкость изложения материала;
- краткость и точность формулировок, исключая возможность неоднозначного толкования;
- убедительность аргументации;
- конкретность изложения материала и результатов работы;
- информационная выразительность; • достоверность;
- достаточность и обоснованность выводов.

Структура реферата:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Выполнение тестовых заданий по дисциплине

Тестовая система предусматривает вопросы / задания, на которые магистрант должен дать один или несколько вариантов правильного ответа из предложенного списка ответов. При поиске ответа необходимо проявлять внимательность. Прежде всего, следует иметь в виду, что в предлагаемом задании всегда будет один правильный и один неправильный ответ. Всех правильных или всех неправильных ответов (если это специально не оговорено в формулировке вопроса) быть не может. Нередко в вопросе уже содержится смысловая подсказка, что правильным является только один ответ, поэтому при его нахождении продолжать дальнейшие поиски уже не требуется. На отдельные тестовые задания не существует однозначных ответов, поскольку хорошее знание и понимание содержащегося в них материала позволяет найти такие ответы самостоятельно. Именно на это магистрантам и следует ориентироваться, поскольку полностью запомнить всю получаемую информацию и в точности ее воспроизвести при ответе невозможно. Кроме того, вопросы в тестах могут быть

обобщенными, не затрагивать каких-то деталей. Тестовые задания сгруппированы по темам учебной дисциплины. Количество тестовых вопросов / заданий по каждой теме дисциплины определено так, чтобы быть достаточным для оценки знаний магистранта по всему пройденному материалу.

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, 229, 233, 101;

*для семинарского типа занятий, групповых, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации – 234, 236, 237, 233, 229;

*специализированный учебно-методический кабинет литературы, оснащенный литературой и приспособленный для самостоятельной работы студентов- 230;

*специализированный учебно-методический кабинет русского языка, оснащенный литературой и приспособленный для самостоятельной работы студентов- 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;

*библиотека АГУ.

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

Apache OpenOffice пакет офисных приложений

LibreOffice пакет офисных приложений

Blender графический 3D пакет

GIMP растровый графический редактор

Inkscape векторный графический редактор

Paint.NET растровый графический редактор

9. Лист регистрации изменений

[illegible]