

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебно-научной работе,
качеству образования и развитию
проректор
Т.А. Хайдаров
подпись
« 26 » апреля 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.07.02 КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ В РЕКЛАМЕ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация
Проблемы культуры
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины «Б1.В.ДВ.07.02 Культурный контекст в рекламе» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика
код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

О.А. Болтуц, к. фил. наук, доц

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины «Б1.В.ДВ.07.02 Культурный контекст в рекламе» утверждена на заседании кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций
протокол № 9 « 6 » апреля 2018 г.

Заведующий кафедрой (разработчик) Лучинский Ю.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций
протокол № 9 « 6 » апреля 2018 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Лучинский Ю.В.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 15-18 « 25 » апреля 2018 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Г.В. Соколова, кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы и массовых коммуникаций

Р.А. Беретарь, зам.редактора Муниципального автономного учреждения
«Редакция газеты «Теучежские вести»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель дисциплины «Культурный контекст в рекламе» - систематизация знаний и навыков в области теории и практики культурного контекста в рекламе.

1.2 Задачи дисциплины.

- выявление предпосылок появления и развития маркетинговых коммуникаций в пространстве культуры в России и за рубежом;
- усвоение понятийно-терминологического аппарата исследуемой области;
- овладение многомерной иерархической классификацией культурных универсалий;

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ДВ.07.02 «Культурный контекст в рекламе» относится к вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина опирается на положения таких учебных дисциплин как «История искусств в контексте медиа», «Проблемы освещения культуры в современных российских СМИ», «Современные зарубежные СМИ» в соответствии с учебным планом, является предшествующей для таких дисциплин как «Медийные стратегии в контексте культурной проблематики».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных и профессиональных компетенций (ОПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-1	готовностью создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов	специфику, функции, технологии и профессиональные стандарты	создавать медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности	навыками создания журналистского авторского медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности

2.	ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности в соответствии со	организационные, координационные, контролируемые обязанности	осуществлять организационные, координационные, контролируемые	Координационными навыками в соответствии со стратегией развития СМИ
№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		стратегией развития СМИ	и, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	и, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ	

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач.ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		12	—		
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	24	24			
Занятия лекционного типа	-	-	-	-	-
Лабораторные занятия	24	24	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	-	-	-	-	-
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:					
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала	4	4	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	4	4	-	-	-
Реферат	-	-	-	-	-
Подготовка к текущему контролю	3,8	3,8	-	-	-
Контроль:					
Подготовка к зачету	-	-			

Общая трудоемкость	час.	36	36	-	-	-
	в том числе контактная работа	24,2	24,2			
	зач. ед	1	1			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 12 семестре (*очная форма*)

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Вс его	Аудиторная работа			Самостоятельн ая работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Категориальные основы курса. Система и динамика понятийнотерминологического аппарата и источниковой базы	3,8			2	1,8
2	Маркетинговые коммуникации в пространстве культуры: зарубежный опыт	6	-	-	4	2
3	Маркетинговые коммуникации в пространстве культуры: российский опыт	6	-	-	4	2
4	Реклама в рамках массовой культуры: зарубежный опыт	6	-	-	4	2
5	Реклама в рамках массовой культуры: российский опыт	6	-	-	4	2
6	Культурные универсалии как культурное основание содержания маркетинговой коммуникации.	6	-	-	4	2
7	Обзор пройденного материала. Прием зачета	2	-	-	2	-
	Итого:				24	11,8

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа. Не предусмотрены.

2.3.2 Занятия семинарского типа. Не предусмотрены.

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Категориальные основы курса. Система и динамика понятийно-терминологического аппарата и источниковой базы	Коллоквиум
2.	Маркетинговые коммуникации в пространстве культуры: зарубежный опыт	Коллоквиум
3.	Маркетинговые коммуникации в пространстве культуры: российский опыт	Коллоквиум
4.	Реклама в рамках массовой культуры: зарубежный опыт	Коллоквиум
5.	Реклама в рамках массовой культуры: российский опыт	Коллоквиум
6.	Культурные универсалии как культурное основание содержания маркетинговой коммуникации.	Коллоквиум

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Проработка учебного (теоретического) материала	1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов / сост. Кожанова В.Ю. – Краснодар: КубГУ, 2017. 2. Пчелина, О. В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин . - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. - 92 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461622
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов / сост. Кожанова В.Ю. – Краснодар: КубГУ, 2017. 2. Марусева, И. В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс] : монография / И. В. Марусева. - Москва ; Берлин : ДиректМедиа, 2015. - 419 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=276141&sr=1 3.

3. Подготовка к текущему контролю	1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов / сост. Кожанова В.Ю. – Краснодар: КубГУ, 2017. 2. Пчелина, О. В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин . - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. - 92 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461622 3. Марусева, И. В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс] : монография / И. В. Марусева. - Москва ; Берлин : ДиректМедиа, 2015. - 419 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=27614_1&sr=1
-----------------------------------	--

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы: активные и интерактивные формы проведения занятий - проблемная лекция, регламентированная дискуссия, разбор практических задач.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

4.1.1 Лабораторные занятия проводятся в форме **коллоквиумов** по трем существенным темам курса. Преподаватель заранее раздает темы и проблемные вопросы для обсуждения, также заранее предоставляется список рекомендуемой литературы. В ходе коллоквиума студенты выступают с сообщениями (не более 6-8 минут) и выражают свою точку зрения на заданный проблемный вопрос. В аудитории обсуждается доклад, задаются вопросы выступающему. Преподаватель регулирует обсуждения, задавая наводящие

вопросы, корректируя неправильные ответы (важно, чтобы преподаватель не вмешивался напрямую в ход обсуждения, не навязывал собственную точку зрения)

После обсуждения всех предложенных вопросов преподаватель подводит общие итоги коллоквиума.

Вопросы для коллоквиума

Тема 1 «Категориальные основы курса. Система и динамика понятийнотерминологического аппарата и источниковой базы»

1. Основные понятия: «реклама», «культура», «культурный контекст», их соотнесенность.
2. Реклама как источник культурных смыслов
3. Многоаспектность исследования феномена рекламы
4. Значение и смысл в рекламе
5. Генезис рекламы как явления культуры
6. Реклама как феномен эстетической культуры
7. Рекламный (внехудожественный) и художественный образы: сравнительный анализ.

Тема 2 «Маркетинговые коммуникации в пространстве культуры: зарубежный опыт»

1. Маркетинг в индустриях культуры.
2. Коммуникационная деятельность субъектов культуры.
3. Особенности построения системы интегрированных маркетинговых коммуникации в сфере культуры.
4. Структура современной сферы культуры.
5. Учреждения культуры (музеи, театры, галереи, креативные пространства) как объекты позиционирования и продвижения.

Тема 3 «Маркетинговые коммуникации в пространстве культуры: российский опыт»

1. Характеристика опыта современной коммуникационной деятельности ведущих субъектов отечественной культуры.
2. Торговые марки и бренды учреждений культуры: позиционирование, продвижение, имидж и репутация.
3. Обзор наиболее успешного опыта коммуникационной деятельности ведущих субъектов сферы культуры: федеральный аспект
1. Обзор наиболее успешного опыта коммуникационной деятельности ведущих субъектов сферы культуры: региональный аспект .

Тема 4 «Реклама в рамках массовой культуры: зарубежный опыт»

1. Место и роль рекламы в обществе потребления.
2. Коммуникативная природа рекламы.
3. Социально-культурное влияние рекламы на формирование и изменение ценностных ориентации: опыт Европы и США..
4. Идеология рекламы как идеология потребительства.
5. Роль рекламного сообщения и его особенности: зарубежный опыт.
6. Роль рекламы в формировании мотивации потребительского поведения.
7. Реклама как фактор социализации.

8. Рекламная коммуникация и ее особенности в современном обществе (на примере стран Европы и США).

Тема 5 «Реклама в рамках массовой культуры: российский опыт»

1. Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы.
2. Реклама выступает как одно из слагаемых массовой культуры
3. Содержательно-выразительные установки, способ распространения, ориентация на массовый спрос рекламных произведений как одно из ведущих явлений массовой культуры.
4. Рекламная коммуникация и ее особенности в современном российском обществе.

Тема 6 «Культурные универсалии как культурное основание содержания маркетинговой коммуникации»

1. Реклама как культурная форма и механизм её воздействия на целевую аудиторию.
2. Идентификация рекламы в рамках культурологического дискурса.
3. Генезис рекламы как культурной формы в рамках общего культурогенеза.
4. Сущность рекламного воздействия и его механизм.
5. Культурные универсалии как основание для презентации рекламируемого блага.
6. Культурные универсалии и рекламные мифологемы.
7. Культурная универсалия «игра» и рекламная играизация.
8. Универсалия «смех»: социокультурная обоснованность использования в рекламе.

4.2 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Вопросы к зачету по дисциплине «Культурный контекст в рекламе»

1. Основные понятия: «реклама», «культура», «культурный контекст», их соотношенность.
2. Реклама как источник культурных смыслов
3. Многоаспектность исследования феномена рекламы
4. Значение и смысл в рекламе
5. Генезис рекламы как явления культуры
6. Реклама как феномен эстетической культуры
7. Рекламный (внехудожественный) и художественный образы: сравнительный анализ.
6. Маркетинг в индустриях культуры.
7. Коммуникационная деятельность субъектов культуры.
8. Особенности построения системы интегрированных маркетинговых коммуникации в сфере культуры.
9. Структура современной сферы культуры.
10. Учреждения культуры (музеи, театры, галереи, креативные пространства) как объекты позиционирования и продвижения.
8. Характеристика опыта современной коммуникационной деятельности ведущих субъектов отечественной культуры.
9. Торговые марки и бренды учреждений культуры: позиционирование, продвижение, имидж и репутация.
10. Обзор наиболее успешного опыта коммуникационной деятельности ведущих субъектов сферы культуры: федеральный аспект

11. Обзор наиболее успешного опыта коммуникационной деятельности ведущих субъектов сферы культуры: региональный аспект .
12. Место и роль рекламы в обществе потребления.
13. Коммуникативная природа рекламы.
14. Социально-культурное влияние рекламы на формирование и изменение ценностных ориентации: опыт Европы и США..
15. Идеология рекламы как идеология потребительства.
16. Роль рекламного сообщения и его особенности: зарубежный опыт.
17. Роль рекламы в формировании мотивации потребительского поведения.
18. Реклама как фактор социализации.
19. Рекламная коммуникация и ее особенности в современном обществе (на примере стран Европы и США).
20. Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы.
21. Реклама выступает как одно из слагаемых массовой культуры
22. Содержательно-выразительные установки, способ распространения рекламных произведений как одно из ведущих явлений массовой культуры.
23. Ориентация на массовый спрос рекламных произведений как одно из ведущих явлений массовой культуры.
24. Рекламная коммуникация и ее особенности в современном российском обществе.
25. Реклама как культурная форма и механизм её воздействия на целевую аудиторию.
26. Идентификация рекламы в рамках культурологического дискурса.
27. Генезис рекламы как культурной формы в рамках общего культурогенеза.
28. Сущность рекламного воздействия и его механизм.
29. Культурные универсалии как основание для презентации рекламируемого блага.
30. Культурные универсалии и рекламные мифологемы.
31. Культурная универсалия «игра» и рекламная играизация.
32. Универсалия «смех»: социокультурная обоснованность использования в рекламе

Фонд оценочных средств по дисциплине «Культурный контекст в рекламе» оформляется как отдельное приложение к рабочей программе.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

— при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

— при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

— при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление

информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом, – в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,
– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,
– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Пчелина, О. В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин . - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. - 92 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461622>

2. Марусева, И. В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс] : монография / И. В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 419 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=276141&sr=1

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Кузьмина, Н. А. Современный медиатекст [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Кузьмина. - Москва : Флинта, 2014. - 416 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/72767>
2. Иванова А. В. Культурно-образовательное пространство как фактор формирования духовно-нравственных ценностей молодежи [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Иванова ; Министерство культуры Российской Федерации, Казанский государственный институт культуры ; науч. ред. Д. В. Шамсутдинова, Р. И. Турханова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 85 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=455041&sr=1

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Электронно-библиотечная система "Лань" [Официальный сайт] – URL: <https://e.lanbook.com/>
2. Электронная библиотека "Юрайт" [Официальный сайт] – URL: <https://www.biblio-online.ru/>
3. Университетская библиотека ONLINE [Официальный сайт] – URL: <http://biblioclub.ru/>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Предполагает изучение литературы по курсу и работу на практических занятиях, необходимых для сдачи экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов / сост. Кожанова В.Ю. – Краснодар: КубГУ, 2017.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научноисследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

□ освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

□ планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

□ самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

□ выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и

минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

□ самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала; □ предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки; □ в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

□ предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

□ использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

□ использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Культурный контекст в рекламе» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лабораторные занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: -

чтение и конспектирование рекомендованной литературы;

- проведение лабораторных занятий.

Лабораторные занятия (ЛЗ).

Для лабораторных занятий по дисциплине характерно сочетание теории с выполнением практических заданий. Занятия такого типа проводятся в форме **коллоквиумов** по трем существенным темам курса. Преподаватель заранее раздает темы и проблемные вопросы для обсуждения, также заранее предоставляется список рекомендуемой литературы. В ходе коллоквиума студенты выступают с сообщениями (не более 6-8 минут) и выражают свою точку зрения на заданный проблемный вопрос. В аудитории обсуждается доклад, задаются вопросы выступающему. Преподаватель регулирует обсуждения, задавая наводящие вопросы, корректируя неправильные ответы (важно, чтобы преподаватель не вмешивался напрямую в ход обсуждения, не навязывал собственную точку зрения)

После обсуждения всех предложенных вопросов преподаватель подводит общие итоги коллоквиума.

Подготовка к коллоквиуму заключается в подробном изучении конспекта лекции, рекомендованной учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать. Активное участие в работе коллоквиума предполагает

выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на коллоквиуме способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования нормативных актов, судебной практики или позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление товарища, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий. В конце занятия после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не отраженные в конспекте.

Время на подготовку к практическим занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

п/п	№	№ договора	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Дог.	№73–АЭФ/223-Ф3/2018	Microsoft Microsoft Windows 8, 10
2	Соглашение	Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018	Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)
3	Дог.	№73–АЭФ/223-Ф3/2018	Microsoft Microsoft Office Professional Plus
4	Соглашение	Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018	Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Электронно-библиотечная система "Лань" [Официальный сайт] – URL: <https://e.lanbook.com/>
2. Электронная библиотека "Юрайт" [Официальный сайт] – URL: <https://www.biblio-online.ru/>
3. Университетская библиотека ONLINE [Официальный сайт] – URL: <http://biblioclub.ru/>
4. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» [Официальный сайт] – URL: <http://www.znanium.com/>
5. Электронная библиотечная система «BOOK.ru» [Официальный сайт] – URL: <https://www.book.ru>

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций (350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7) ауд. № 202	Мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная Комплект учебной мебели, доска учебная Комплект учебной мебели, доска учебная	
ауд. № 306, ауд. № 307,	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт	
ауд. № 310,	Комплект учебной мебели, доска учебная Комплект учебной мебели, доска учебная Комплект учебной мебели, доска учебная	2018-2019 Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73– АЭФ/223Ф3/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018 "Операционная система
ауд. № 407,	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования	(Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)"
ауд. № 408, ауд. № 409,	Комплект учебной мебели, доска учебная	2018-2019 Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-Ф3/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты
ауд. № 410,	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект	2018-2019 Microsoft Microsoft

		Windows 8, 10 "№73-АЭФ/223Ф3/2018 Соглашение Microsoft ESS
--	--	---

ауд. № 411,	учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования	72569510"XX.11.2018 "Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)"
ауд. № 412	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор;	2018-2019 Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты
Учебная лаборатория (350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7), ауд. №301,	Комплект учебной мебели, доска учебная	2018-2019 Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018
ауд. № 307,	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт	"Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)" 2018-2019 Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2018
	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования	Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты
	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования	2018-2019 Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018 "Операционная

		система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)" 2018-2019 Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные
--	--	--

ауд. № 310,		офисные инструменты, клиент электронной почты
ауд. № 410,	Комплект учебной мебели, доска учебная	
ауд. № 412	Комплект учебной мебели, доска учебная	2018-2019 Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223-Ф3/2018
	Комплект учебной мебели, доска учебная	Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018 "Операционная система
	Комплект учебной мебели, доска учебная	(Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)"
	Комплект учебной мебели, доска учебная	2018-2019 Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-Ф3/2018
	Комплект учебной мебели, доска учебная	Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные
Учебная группа для текущего контроля и промежуточной аттестации (350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7) ауд. № 304	Комплект учебной мебели, доска учебная	офисные инструменты, клиент электронной почты
	Комплект учебной мебели, доска учебная	2018-2019 Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223Ф3/2018
		Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018
		"Операционная система
		(Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)"
		2018-2019 Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-Ф3/2018
		Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные
		офисные инструменты, клиент электронной почты
		2018-2019 Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223Ф3/2018
		Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018
		"Операционная

		система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)" 2018-2019 Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2018
--	--	--

ауд. № 305, ауд. № 306, ауд. № 404, ауд. № 406, ауд. № 407, ауд. № 408, ауд. №409		Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты
Учебная аудитория для самостоятельной работы (350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7) ауд. №401	<i>Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 10 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор.</i>	2018-2019 Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018 "Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)" 2018-2019 Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73– АЭФ/223ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты