

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Т.А. Жагуров
подпись
«20» 05 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.06 Арт-бренды в современных СМИ

Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль) / специализация Проблемы культуры

Форма обучения заочная

Квалификация магистр

Краснодар 2021

Рабочая программа дисциплины Б1.В.06 «Арт-бренды в современных СМИ» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 42.04.02 Журналистика, профиль «Проблемы культуры»

Программу составил(и):
Безрукавая М.В., д.ф.н., доц.
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.06 «Арт-бренды в современных СМИ» утверждена на заседании кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций протокол № 10 «20» 05 2021 г.
Заведующий кафедрой (разработчик) Ю.В. Лучинский

фамилия, инициалы



подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций протокол № 10 «20» 05 2021 г.
Заведующий кафедрой (выпускающей) Ю.В. Лучинский

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики, протокол № 11-21 «20» мая 2021 г.
Председатель УМК факультета О.В. Хлопунова

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Панаэтов О.Г., зав. кафедрой телерадиовещания Краснодарского государственного института культуры, к.ф.н., доцент

Шеуджен Ф.Ю., кандидат филологических наук, главный редактор «Аргументы и Факты - ЮГ»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

- освоение феномена реализации брендинговых стратегий в современном культурно-информационном пространстве.

1.2 Задачи дисциплины

- познакомить студентов с современными концепциями брендинга;
- изучить различные подходы к реализации брендинга в области культуры;
- рассмотреть различные составляющие культурного брендинга;
- освоить концепцию национального брендинга. «»

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы Дисциплина «Арт-бренды в современных СМИ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Такие дисциплины, как «Национальные медиасистемы: культурный контекст», «Жанровая динамика в специализированных СМИ», «Культурные практики в современных СМИ» являются предшествующими, необходимыми для ее изучения, а такие дисциплины как «Культурные институты в Европе и США», «Современные культурные индустрии» являются последующими дисциплинами, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом.

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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ПК-03 Способен разработать концепцию авторских проектов, опираясь на потребности общества и интересы аудитории (В/01.7)	
ИПК-3.1. Демонстрирует способность разработать концепцию авторских проектов, опираясь на потребности общества и интересы аудитории	Знает потребности общества и интересы аудитории
	Умеет сочетать интересы и потребности общества при разработке концепции проекта
	Владеет навыками разработки концепции авторского проекта

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ЗФО)

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		Х семестр (часы)	Х семестр (часы)	Х семестр (часы)	2 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:	32,3				
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа					
лабораторные занятия					14
практические занятия					18
семинарские занятия					
Указываются виды работ в соответствии с учебным планом					
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)					0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	67				
Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)					
Контрольная работа					
Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)					
Реферат/эссе (подготовка)					
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)					57
Подготовка к текущему контролю					10
Контроль:	8,7				
Подготовка к экзамену					8,7
Общая трудоемкость	час.	108			
	в том числе контактная работа	32,3			
	зач. ед	3			

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 2 курсе (*заочная форма*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Культурный брендинг: специфика управления	17	-	4	3	10
2.	Культурные феномены и культурные бренды	28	-	4	4	20

3.	Кинематограф и его роль в национальном культурном брендинге	31	-	6	5	20
4.	Культурные места как бренд: опыт города и деревни	13	-	4	2	7
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		89	-	18	14	57
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	8,7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	10				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

Не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Этапы создания культурного бренда	Инновация как источник создания новых культурных брендов. Стратегия «обгонять, не догоняя» Мониторинг культурного бренда. Культурный брендинг и каналы коммуникации и восприятия. Территория как персонаж для эффективного культурного брендинга	Коллоквиум, дискуссия
2.	Кинематограф и его роль в национальном культурном брендинге	Кинематограф как один из основных векторов развития культурного бренда. Национальный кинематограф и культурный имидж страны. Кинофестивали в системе культурного бренда.	Коллоквиум, дискуссия
3.	Медийные тревелогии и культурный брендинг	Журналы-тревелогии и их место в продвижении культурных брендов. Документальное кино и культурные бренды Специализированные телеканалы и культурный брендинг	Коллоквиум, дискуссия

4.	Культурный ребрендинг	Культурный ребрендинг как стимул инновационных изменений.	Коллоквиум, дискуссия
		Кубань: этапы культурного ребрендинга. Пермский сценарий культурного ребрендинга Томск как Сибирские Афины – локальный культурный ребрендинг	

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.

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

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	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций, в том числе по организации самостоятельной работы студентов, утвержденные кафедрой истории и правового регулирования массовых коммуникаций, протокол №10 от 31.03.2021 г. Методические рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям по дисциплине «Инновационные медиапроекты в Интернете», утвержденные кафедрой истории и правового регулирования массовых коммуникаций, протокол №10 от 31.03.2021 г.

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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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, – в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

При реализации различных видов учебной работы в рамках дисциплины «Арт-бренды в

современных СМИ» используются следующие образовательные технологии: активные и интерактивные формы проведения занятий – дискуссия, коллоквиум.

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

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Арт-бренды в современных СМИ».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме вопросов для устного опроса по теме и материалы для выполнения творческого задания и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-3.1. Демонстрирует способность разработать концепцию авторских проектов, опираясь на потребности общества и интересы аудитории	Знает потребности общества и интересы аудитории Умеет сочетать интересы и потребности общества при разработке концепции проекта Владеет навыками разработки концепции авторского проекта	Вопросы для устного (письменного) опроса по теме 4	Вопрос на экзамене 1-38

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы для устного опроса по теме

Тема №1 Современное понимание бренда

Контрольные вопросы:

1. Правовой и психологический подходы к определению бренда.
2. Бренд как область действия интеллектуального права.
3. Бренд как информация, сохранённая в памяти потребителей

Тема №2 Понятие бренда в области культуры

Контрольные вопросы:

1. Культура как составная часть бренда территории.
2. Нематериальная стоимость культурного бренда (brand valuation)
3. Психологическая ценность культурного бренда.

Тема № 3 Объекты культурного бренда

Контрольные вопросы:

1. История как объект культурного бренда.
2. Архитектура как объект культурного бренда.
3. Искусство как объект культурного бренда.

Тема №4 Современные концепции культурного брендинга

Контрольные вопросы:

1. Глобальные и локальные культурные бренды.
2. Транснациональные культурные бренды.
3. Жанры искусства как культурные бренды.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Бренд как символизирующий комплекс информации о компании, продукте или услуге.
2. Два подхода к определению бренда: правовой и психологический.
3. Бренд как область действия интеллектуального права.
4. Бренд как информация, сохранённая в памяти потребителей (заинтересованных групп).
5. Бренд в консьюмеристском (массовом) обществе.
6. Культура как составная часть бренда территории.
7. Бренд и имидж.
8. Нематериальная стоимость культурного бренда (brand valuation)
9. Психологическая ценность культурного бренда.
10. Культурные бренды как ментальные конструкции
11. История как объект культурного бренда.
12. Архитектура как объект культурного бренда.
13. Искусство как объект культурного бренда.
14. Качество культурного бренда
15. Известность и престижность культурного бренда
16. Глобальные и локальные культурные бренды.
17. Транснациональные культурные бренды.
18. Жанры искусства как культурные бренды.
19. Целеполагание культурного брендинга.
20. Планирование и анализ текущего состояния культурного бренда (только для существующих брендов).
21. Формулирование сущности имеющегося культурного бренда.
22. Стратегия управления культурным брендом.
23. Продвижение культурного бренда.

24. Инновация как источник создания новых культурных брендов. 25. Стратегия «обгонять, не догоняя»
26. Мониторинг культурного бренда.
27. Культурный брендинг и каналы коммуникации и восприятия.
28. Территория как персонаж для эффективного культурного брендинга.
29. Национальный брендинг и культурный брендинг – зоны корреляции.
30. Национальный брендинг и территориальный маркетинг.
31. Концепция Саймон Анхольта.
32. «Индекс национальных брендов».
33. «Индекс брендов городов».
34. Журнал «Place Branding and Public Diplomacy» и его роль в развитии концепции национального и территориального культурного брендинга.
35. Кинематограф как один из основных векторов развития культурного бренда.
36. Национальный кинематограф и культурный имидж страны.
37. Кинофестивали в системе культурного бренда.
38. Сильные культурные бренды.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В.Грошев, А.А.Краснослободцев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 655 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117920

2. МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс] : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 559 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=436697

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

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

Процесс самостоятельной работы (СР) по дисциплине (модулю) «Арт-бренды в современных СМИ» проводится в виде самоподготовки магистрантов по каждому из указанных разделов дисциплины. В процессе самоподготовки происходит проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям. Срок выполнения – в течение семестра.

Форма контроля – экзамен.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская 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 «Арт-бренды в современных СМИ» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются практические 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 практических занятий.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским 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.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций.

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 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 лицом с ограниченными возможностями здоровья.

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.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ.	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения:	

	экран, проектор, компьютер Оборудование:	
--	---	--

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	<p>Мебель: учебная мебель</p> <p>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы</p> <p>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 301)	<p>Мебель: учебная мебель</p> <p>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы</p> <p>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	

3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория, оснащенная специализированной мебелью
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оснащенная специализированной мебелью
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационнообразовательную среду университета.