

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова»

Факультет информатики и вычислительной техники

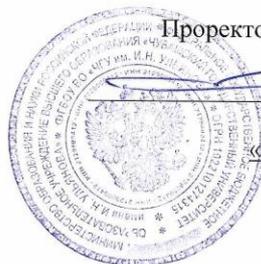
Кафедра компьютерных технологий

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

И.Е. Поверинов

«31 » августа 2017 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Компьютерные технологии в рекламной деятельности»**

Направление подготовки (специальность) 09.03.03 Прикладная информатика  
Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр  
Профиль (направленность) «*Прикладная информатика в дизайне*»  
Прикладной бакалавриат

Чебоксары – 2017 г.

Рабочая программа основана на требованиях Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 207 от 12.03.2015 г.

*СОСТАВИТЕЛЬ (СОСТАВИТЕЛИ):*

Доцент кафедры КТ, кандидат педагогических наук \_\_\_\_\_ Н. Р. Алексеева



*ОБСУЖДЕНО:*

на заседании кафедры компьютерных технологий «30» августа 2017г., протокол № 1

заведующий кафедрой

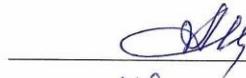


Т. А. Лавина

*СОГЛАСОВАНО:*

Методическая комиссия факультета информатики и вычислительной техники «30» августа 2017г., протокол № 1

Декан факультета



А. В. Щипцова

Директор научной библиотеки



Н. Д. Никитина

Начальник управления информатизации



И. П. Пивоваров

Начальник учебно-методического управления



В. И. Маколов

## Оглавление

1. Цель и задачи обучения по дисциплине .....	4
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы (ООП) .....	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП.....	4
4. Структура и содержание дисциплины .....	5
4.1. Содержание дисциплины .....	5
4.2. Объем дисциплины, виды учебной работы обучающихся по очной форме обучения.....	5
4.3. Объем дисциплины, виды учебной работы обучающихся по заочной форме обучения .	6
5. Содержание разделов дисциплины .....	6
5.1. Лекции и практические занятия .....	6
5.2. Лабораторные работы .....	7
5.3. Вопросы для самостоятельной работы студента в соответствии с содержанием разделов дисциплины .....	7
6. Образовательные технологии .....	7
7. Формы аттестации и оценочные материалы .....	8
7.1. Вопросы к зачету .....	8
7.2. Вопросы к экзамену.....	9
7.3. Выполнение и примерная тематика курсовой работы .....	9
7.4. Выполнение и примерные задания расчетно-графической работы.....	9
7.5. Выполнение и примерная тематика контрольной работы.....	9
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	9
8.1. Рекомендуемая основная литература .....	9
8.2. Рекомендуемая дополнительная литература (изданная, в том числе методические указания).....	9
8.3. Рекомендуемые методические разработки по дисциплине .....	10
8.4. Программное обеспечение.....	10
8.5. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы .....	10
8.6. Рекомендуемые интернет-ресурсы и открытые он-лайн курсы.....	10
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	10
10. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям лиц с ограниченными возможностями.....	10
11. Методические рекомендации по освоению дисциплины .....	11

## 1. Цель и задачи обучения по дисциплине

Цель дисциплины – получение теоретических знаний и практических умений и навыков в области автоматизации решения задач рекламы; формирование умения системно подходить к использованию прикладного программного обеспечения при решении комплексных задач в области рекламы.

Задачи дисциплины:

- изучение основных направлений развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности (правовой, технической, организационный и экономический аспекты);
- изучение прикладных вопросов компьютерных и сетевых технологий, возможностей их использования в процессе рекламной деятельности;
- изучение прикладного программного обеспечения, применяемого в рекламе;
- получение теоретических знаний и практических навыков работы с базами данных и программами, позволяющими автоматизировать проведение и обработку результатов маркетинговых исследований;
- получение теоретических знаний и практических навыков работы с современными средствами создания рекламного продукта.

## 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы (ООП)

Дисциплина «Компьютерные технологии в рекламной деятельности» является дисциплиной по выбору вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули).

Изучение дисциплины «Компьютерные технологии в рекламной деятельности» основывается на базе знаний, умений и владений, полученных обучающимися в ходе освоения дисциплин: Информатика и программирование, Композиция в компьютерной графике, компьютерный рисунок и живопись, Фотографика и программные продукты компоновки изображений, Программное обеспечение подготовки и монтажа видео, Эффекты в компьютерной графике и анимации, Internet технологии, Мультимедиа технологии.

Требования к входным знаниям, умениям и владениям обучающимися:

*знание* основных методы решения прикладных задач с использованием современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности;

*умение* решать прикладные задачи с использованием современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности; использовать технические средства реализации информационных процессов;

*владение* навыками применения современных компьютерных технологий в профессиональной деятельности.

Дисциплина «Компьютерные технологии в рекламной деятельности» является базовым теоретическим и практическим основанием для следующих дисциплин и практик: Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы.

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП

Процесс обучения по дисциплине направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональных (ПК):

- способностью осуществлять презентацию информационной системы и начальное обучение пользователей (ПК-16).

В результате обучения по дисциплине, обучающийся должен обладать (ЗУН):

**знать:**

- базовые основы подготовки презентаций информационной системы для обеспечения рекламной деятельности (З1);
- методы и средства начального обучения пользователя работе с информационной си-

стемой (32);

**уметь:**

– разрабатывать презентационные формы с использованием современных компьютерных технологий (У1);

**владеть навыками:**

– использования компьютерных технологий для организации презентации информационной системы и начального обучения пользователей (Н1).

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Образовательная деятельность по дисциплине проводится:

– в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (далее – контактная работа);

– в форме самостоятельной работы.

Контактная работа включает в себя занятия лекционного типа, занятия семинарского типа (лабораторные работы), групповые и (или) индивидуальные консультации, в том числе в электронной информационно-образовательной среде.

Обозначения:

Л – лекции, л/р – лабораторные работы, п/р – практические занятия, КСР – контроль самостоятельной работы, СРС – самостоятельная работа студента, ИФР – интерактивная форма работы, К – контроль.

##### 4.1. Содержание дисциплины

Содержание	Формируемые компетенции	Формируемые ЗУН
<b>Раздел 1. Компьютерные технологии в рекламной деятельности</b>	ПК-16	31, 32, У1, Н1
1.1. Характеристика информационных технологий в рекламе		
1.2. Исследование рекламной аудитории		
1.3. Эффективность рекламы		
1.4. Развитие информационных технологий в рекламе		
1.5. Рекламные возможности сети Интернет		
<b>Раздел 2. Средства разработки рекламного продукта</b>	ПК-16	31, 32, У1, Н1
2.1. Структура и назначение программного обеспечения		
2.2. Компьютерная графика в рекламе		
Зачет	ПК-16	31, 32, У1, Н1

##### 4.2. Объем дисциплины, виды учебной работы обучающихся по очной форме обучения

Содержание	Всего, час	Контактная работа, час				СРС, час	ИФР, час	К, час
		Л	л/р	п/р	КСР			
<b>Раздел 1. Компьютерные технологии в рекламной деятельности</b>	<b>36</b>	<b>10</b>	<b>6</b>			<b>20</b>		
1.1. Характеристика информационных технологий в рекламе	6	2				4	2	
1.2. Исследование рекламной аудитории	8	2	2			4	4	
1.3. Эффективность рекламы	8	2	2			4	4	
1.4. Развитие информационных технологий в рекламе	6	2				4	2	
1.5. Рекламные возможности сети Интернет	8	2	2			4	4	
<b>Раздел 2. Средства разработки рекламного продукта</b>	<b>34</b>	<b>6</b>	<b>10</b>			<b>18</b>		
2.1. Структура и назначение программного обеспечения	18	4	6			8	6	
2.2. Компьютерная графика в рекламе	16	2	4			10	6	
<b>Зачет</b>	<b>2</b>				2			
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>16</b>		<b>2</b>	<b>38</b>	<b>28</b>	
<b>Зачетных единиц</b>	<b>2</b>							

Виды промежуточной аттестации: зачет в 8 семестре.

## 4.3. Объем дисциплины, виды учебной работы обучающихся по заочной форме обучения

Содержание	Всего, час	Контактная работа, час				СРС, час	ИФР, час	К, час
		Л	л/р	п/р	КСР			
<b>Раздел 1. Компьютерные технологии в рекламной деятельности</b>	<b>36</b>	<b>1</b>	<b>4</b>			<b>31</b>		
1.1. Характеристика информационных технологий в рекламе	6	1				5		
1.2. Исследование рекламной аудитории	8		2			6	2	
1.3. Эффективность рекламы	8		1			7	2	
1.4. Развитие информационных технологий в рекламе	6					6		
1.5. Рекламные возможности сети Интернет	8		1			7	2	
<b>Раздел 2. Средства разработки рекламного продукта</b>	<b>33</b>	<b>1</b>	<b>4</b>			<b>28</b>		
2.1. Структура и назначение программного обеспечения	17	1	2			14	2	
2.2. Компьютерная графика в рекламе	16		2			14	2	
<b>Зачет</b>	<b>3</b>							<b>3</b>
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>2</b>	<b>8</b>			<b>59</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
<b>Зачетных единиц</b>	<b>2</b>							

## 5. Содержание разделов дисциплины

## 5.1. Лекции и практические занятия

**Раздел 1. Компьютерные технологии в рекламной деятельности**

*Тема 1.1. Характеристика информационных технологий в рекламе.* Общие сведения об информационных технологиях в рекламе. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в рекламных исследованиях. Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи рекламной продукции с использованием современных компьютерных технологий. Современные графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, видео фрагментов и анимации.

*Тема 1.2. Исследование рекламной аудитории.* Методы сбора информации о потенциальной рекламной аудитории. Способы проведения исследований. Обработка результатов исследований с использованием современных статистических программ. Практическое использование результатов исследования в рекламной деятельности.

*Тема 1.3. Эффективность рекламы.* Способы оценки эффективности рекламного воздействия. Возможности повышения эффективности воздействия на основе современных информационных технологий. Анализ эффективности рекламной деятельности: экспертная оценка с компьютерной обработкой результатов.

*Тема 1.4. Развитие информационных технологий в рекламе.* Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности: правовые аспекты; технические и технологические аспекты; новые организационные формы.

*Тема 1.5. Рекламные возможности сети Интернет.* Особенности рекламной коммуникации в Интернет. Web-сайт как объект и субъект рекламы. Реклама в электронной коммерции. Баннерная реклама в сети Интернет. Сетевые рекламные агентства.

**Раздел 2. Средства разработки рекламного продукта**

*Тема 2.1. Структура и назначение программного обеспечения.* Пакеты прикладных программ для выполнения различных задач профессиональной деятельности. ПО современного электронного офиса. Программы создания, редактирования и просмотра изображений. Мультимедийные программы. Программы подготовки материалов для полиграфии и электронных изданий.

*Тема 2.2. Компьютерная графика в рекламе.* Форматы графических файлов. Теоретические основы сжатия данных. Программные средства сжатия данных и уплотнения носителей.

Векторная графика в рекламе. Векторизация. Основы компьютерной анимации.  
Содержание практических занятий – не предусмотрены.

## 5.2. Лабораторные работы

№	Тема	Количество часов
Лабораторная работа №1.	Возможности текстового процессора для разработки рекламной продукции. Создание рекламной листовки.	2
Лабораторная работа №2	Разработка и создание шаблона рекламного брифа	2
Лабораторная работа №3	Обработка результатов маркетинговых исследований средствами MS Excel	2
Лабораторная работа №4	Работа со средствами условного анализа данных в MS Excel	2
Лабораторная работа №5	Приемы статистической обработки информации в среде табличного процессора MS Excel	2
Лабораторная работа №6	Создание Google-форм для дистанционного опроса респондентов	2
Лабораторная работа №7	Работа по реализации творческого проекта средствами компьютерной графики	4
Итого		16

5.3. Вопросы для самостоятельной работы студента в соответствии с содержанием разделов дисциплины

1. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в рекламных исследованиях.
2. Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи рекламной продукции с использованием современных компьютерных технологий
3. Обработка результатов исследований с использованием современных статистических программ
4. Анализ эффективности рекламной деятельности: экспертная оценка с компьютерной обработкой результатов
5. Закон о защите авторских прав
6. Баннерная реклама в сети Интернет. Сетевые рекламные агентства
7. ПО современного электронного офиса. АРМ специалиста по рекламе
8. Возможности графических пакетов для создания рекламного продукта

## 6. Образовательные технологии

В соответствии со структурой образовательного процесса по дисциплине применяется технология контроля качества и оценивания результатов образовательной деятельности (технология оценивания качества знаний, рейтинговая технология оценки знаний и др.)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для реализации компетентного подхода при обучении дисциплине предусмотрено широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных методов проведения занятий.

При обучении дисциплине применяются следующие формы занятий:

- лекции, направленные на получение новых и углубление научно-теоретических знаний, в том числе вводная лекция, информационная лекция, обзорная лекция, лекция-консультация, проблемная лекция, лекции-дискуссии, лекции-беседы и др.;
- лабораторные занятия, проводимые под руководством преподавателя в учебной лаборатории с использованием компьютеров и учебного оборудования, направленные на закрепление и получение новых умений и навыков, применение знаний и умений, полученных на теоретических занятиях, при решении практических задач и др.

Все занятия обеспечены мультимедийными средствами (SMART доски, проекторы, экраны) для повышения качества восприятия изучаемого материала. В образовательном процессе широко используются информационно-коммуникационные технологии.

Самостоятельная работа студентов – это планируемая работа студентов, выполняемая

по заданию при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Формы самостоятельной работы студентов определяются содержанием учебной дисциплины, степенью подготовленности студентов. Они могут иметь учебный или учебно-исследовательский характер: подготовка к лабораторным работам, подготовка реферативных сообщений, разработка тематического проекта и др.

Формами контроля самостоятельной работы выступают: проверка результатов выполненных заданий и лабораторных работ. Результаты самостоятельной работы учитываются при оценке знаний на зачёте.

#### Интерактивные технологии

№ темы	Вид занятия	Используемые интерактивные технологии
1.1 – 2.2	Лекция	Презентации с использованием различных вспомогательных средств с обсуждением
1.2, 1.3, 1.5, 2.1, 2.2	лабораторные работы	Разбор конкретных ситуаций, Групповое решение задач

### 7. Формы аттестации и оценочные материалы

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий. Он проводится в ходе всех видов занятий в форме, избранной преподавателем.

Промежуточная аттестация имеет целью определить степень достижения учебных целей по учебной дисциплине и проводится в форме зачета. Принимается зачет преподавателями, читающими лекции по данной учебной дисциплине в соответствии с перечнем основных вопросов, выносимых для контроля знаний обучающихся:

#### 7.1. Вопросы к зачету

1. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности.
2. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в рекламных исследованиях.
3. Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи рекламной продукции с использованием современных компьютерных технологий.
4. Информационное обеспечение деятельности менеджера по рекламе
5. Автоматизированное рабочее место (АРМ) менеджера по рекламе
6. Способы оценки эффективности рекламного воздействия.
7. Возможности повышения эффективности воздействия на основе современных информационных технологий.
8. Возможности ИКТ на этапах планирование и проведение рекламной кампании.
9. Способы оценки эффективности рекламного воздействия.
10. Возможности повышения эффективности воздействия на основе современных информационных технологий.
11. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности.
12. Понятие электронного офиса
13. Приемы статистической обработки информации на основе табличных процессоров.
14. Подготовка комплексных документов MS Office со встраиванием объектов OLE
15. Рекламные возможности сети Интернет.
16. Средства разработки рекламного продукта.
17. Дизайн рекламы.
18. Компьютерная графика в рекламе. Невербальные (визуальные) элементы рекламы.
19. Изображение и текст в печатной рекламе как средства коммуникации.
20. Структурные элементы печатной рекламы: заголовков и иллюстрация, основной текст, слоган, фирменный знак и логотип.

### Критерии для получения зачета

Зачет проводится по окончании занятий по дисциплине до начала экзаменационной сессии.

Билет для проведения промежуточной аттестации в форме зачета включают вопросы и задачи для проверки сформированности знаний, умений и навыков.

Оценка «зачтено» проставляется студенту, выполнившему и защитившему в полном объеме лабораторные работы в течение семестра, чей уровень знаний, умений и навыков соответствует уровню оценок «отлично», «хорошо» или «удовлетворительно». Ответил на вопрос и (или) выполнил практическое задание к зачету.

Оценка «не зачтено» проставляется студенту, не выполнившему и (или) не защитившему в полном объеме лабораторные работы в течение семестра, либо чей уровень знаний, умений и навыков соответствует уровню оценки «неудовлетворительно». Не ответил на вопрос и не выполнил практическое задание к зачету.

#### 7.2. Вопросы к экзамену

Не предусмотрены.

#### 7.3. Выполнение и примерная тематика курсовой работы

Не предусмотрены.

#### 7.4. Выполнение и примерные задания расчетно-графической работы

Не предусмотрены.

#### 7.5. Выполнение и примерная тематика контрольной работы

Не предусмотрены.

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Электронный каталог и электронные информационные ресурсы, предоставляемые научной библиотекой ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова» доступны по ссылке <http://library.chuvsu.ru/>

### 8.1. Рекомендуемая основная литература

№ п/п	Наименование
1.	Джафаров К.А. Исследования в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие / К.А. Джафаров. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010. — 92 с. — 978-5-7782-1462-0. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/44935.html">http://www.iprbookshop.ru/44935.html</a>
2.	Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] / П. Алашкин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 220 с. — 978-5-9614-1055-6. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/49301.html">http://www.iprbookshop.ru/49301.html</a>
3.	Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / В.Д. Курушин. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Профобразование, 2017. — 271 с. — 978-5-4488-0094-8. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/63814.html">http://www.iprbookshop.ru/63814.html</a>

### 8.2. Рекомендуемая дополнительная литература (изданная, в том числе методические указания)

№ п/п	Наименование
1.	Радомский В.М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.М. Радомский. — Электрон. текстовые данные. — Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2012. — 148 с. — 978-5-9585-0483-1. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/20466.html">http://www.iprbookshop.ru/20466.html</a>
2.	Воробьева Т.А. Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Т.А. Воробьева. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 88 с. — 978-5-7782-1882-6. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/44943.html">http://www.iprbookshop.ru/44943.html</a>
3.	Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] :

учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/52069.html">http://www.iprbookshop.ru/52069.html</a>
--

### 8.3. Рекомендуемые методические разработки по дисциплине

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Компьютерные технологии в рекламе	URL: <a href="http://moodle.chuvsu.ru/course/view.php?id=1022">http://moodle.chuvsu.ru/course/view.php?id=1022</a>

### 8.4. Программное обеспечение

Программное обеспечение, профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, предоставляемые управлением информатизации ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова» доступны по ссылке <http://ui.chuvsu.ru/>\*

№ п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1.	Microsoft Windows 7 Professional	Из внутренней сети университета (договор)*
2.	Microsoft Office Professional 2007	
3.	Adobe Photoshop CS6	
4.	CorelDraw Graphics Suite X7	
5.	CorelVideoStudio Pro X6	
6.	Linux/Ubuntu	<a href="http://ubuntu.ru/">http://ubuntu.ru/</a>
7.	Libre Office	<a href="https://ru.libreoffice.org/">https://ru.libreoffice.org/</a>

### 8.5. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1.	Консультант+	Из внутренней сети университета (договор)*
2.	Гарант F1	

### 8.6. Рекомендуемые интернет-ресурсы и открытые он-лайн курсы

№ п/п	Наименование интернет ресурса	Режим доступа
1.	Открытое образование.	<a href="https://openedu.ru/">https://openedu.ru/</a>
2.	Национальный открытый университет. Создание информационного буклета в Adobe Photoshop и Adobe Illustrator	<a href="http://www.intuit.ru/studies/courses/520/376/info">http://www.intuit.ru/studies/courses/520/376/info</a>

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине оснащены автоматизированным рабочим местом (АРМ) преподавателя, обеспечивающим тематические иллюстрации и демонстрации, соответствующие программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением;
- настенный экран;

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены АРМ преподавателя и пользовательскими АРМ по числу обучающихся, объединенных локальной сетью («компьютерный» класс), с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова».

## 10. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям лиц с ограниченными возможностями

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов

восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифло-сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **11. Методические рекомендации по освоению дисциплины**

В ходе лекционных занятий студенту рекомендуется вести конспектирование учебного материала. Следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. При составлении конспекта желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых в дальнейшем можно делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. В ходе лекционных занятий рекомендуется задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В ходе подготовки к лабораторным работам рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в журналах. Основой для выполнения лабораторной работы являются разработанные кафедрой методические указания. Рекомендуется дорабатывать свой конспект лекций, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной рабочей программой дисциплины. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, рекомендуется обращаться за методической помощью к преподавателю, составить план-конспект своего выступления, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с практикой. В процессе подготовки студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании выпускной квалификационной работы.

Формы организации студентов на лабораторных работах: фронтальная и индивидуальная. При фронтальной форме организации занятий все студенты выполняют одновременно одну и ту же работу. При индивидуальной форме организации занятий каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Если в результате выполнения лабораторной работы запланирована подготовка письменного отчета, то отчет о выполненной работе необходимо оформлять в соответствии с требованиями методических указаний. Качество выполнения лабораторных работ является важной составляющей оценки текущей успеваемости обучающегося.