

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДАЮ:  
Председатель УМС  
Библиотечно-информационного  
факультета  
Мазурицкий А.М.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
«Рекламно-выставочные технологии»**

**Направление подготовки:**

**51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия**

**Профиль подготовки: выставочная деятельность**

**Квалификация: бакалавр**

**Форма обучения: очная**

**Год набора: 2022**

*(РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов)*

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Цели:**

Цель курса заключается в том, чтобы научить студентов теоретическому осмыслению и объяснению процессов:

- формирования рекламно-выставочных технологий на международном и отечественном уровне;
- становления социальной рекламы в XX веке, развития рекламно-выставочных и PR технологий в деятельности музеев;
- реализации рекламных кампаний для продвижения музейных выставочных проектов.

### **Задачи:**

- углубить профессиональную подготовку через актуализацию рекламно-выставочных технологий в музее,
- дать теоретические и практические навыки в области основ проектирования социальной рекламы и PR для продвижения музейного продукта и услуг.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока I «Дисциплины (модули)». Для освоения данной дисциплины важным является параллельное изучение таких дисциплин как: история, археология, культурология или история культуры, естественноисторическая музеология.

Дисциплина изучается в 5 семестре на очном отделении, 5, 6, 7 семестрах на заочном отделении.

Изучение дисциплины базируется на знаниях общественных наук: теории и истории музейного дела, охраны культурного и природного наследия, теории и истории государственного устройства, логики, социологии, экономики, теории и истории культуры, истории искусства, истории материальной культуры, законодательства по охране и использованию культурного и природного наследия.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Фалеристика, Нумизматика и бонистика, Проектирование деятельности музея, преддипломная практика, государственная итоговая аттестация.

## **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (*элементов следующих компетенций...*) в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности) 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия. Профиль подготовки: выставочная деятельность.

*Таблица 1*

***Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине***

Наименование компетенции и ее краткая характеристика	Индикаторы формируемых компетенций			Планируемые результаты
	знать	уметь	владеть	
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	З-1 основы экономических и финансовых вопросов для принятия обоснованных экономических решений	У-1 использовать экономические и финансовые знания в разных областях жизнедеятельности и для принятия обоснованных экономических решений	В-1 навыками принятия обоснованных экономических и финансовых решений в различных областях жизнедеятельности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: 1) Знать: теорию и методику рекламно-выставочных технологий в музее; «конструктивную» структуру рекламы, основы графического дизайна в рекламе и методы применения этих знаний в профессиональной деятельности. 2) Уметь: разбираться в специфике формирования рекламных кампаний, создания социальной рекламы и PR, разбираться в стилевых направлениях в области искусства XX века для того, чтобы использовать в своей профессиональной деятельности, уметь создать рекламный «образ» музейного продукта или услуги. 3) Владеть: навыками планирования, проектирования и методиками создания рекламного продукта.
ПК-4.2 Способностью к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	3-1. Принципы подготовки программ охраны культурного и природного наследия.	У-1. Готовить предложения по комплексному использованию культурного и природного наследия региона. У-2. Разрабатывать программы по актуализации наследия путем освоения и публикации наследия через выставочную деятельность, издательскую и информационную деятельность. У-3. Разрабатывать программы интерактивных культурно-образовательных музейных программ и праздников, социально ориентированных с учетом особенностей развития региона.	В-1. Навыками выявления историко-культурного потенциала региона. В-2. Навыками работы с реестрами всемирного, национального и регионального наследия. В-3. Навыками работы по мониторингу сохранения наследия в процессе его использования в рамках культурно-образовательных и культурно-туристических программ.	

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1 Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетных единицы, 144 академических часа, из них контактных 70 акад. ч., СРО 47 акад. ч., форма контроля экзамен.

#### 4.2. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Таблица 2

Виды учебной деятельности		Всего	Семестры
			5
<b>Контактная работа обучающихся</b>		70	70
в том числе:			
Занятия лекционного типа		34	34
Занятия семинарского типа		34	34
Иная контактная работа		2	2
Групповые консультации			
<b>Самостоятельная работа</b>		47	47
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		27	27
Общая трудоемкость:	часов	144	144
	ЗЕ	4	4

Таблица 3

№	Раздел дисциплины (Тематика занятий)	Семестр	Виды учебной работы в академических часах			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			ЗЛТ	ЗСТ	СРО	
1.	Раздел 1	5	2	4	6	Письменная работа
2.	Раздел 2	5	4	2	5	Сообщение с презентацией
3.	Раздел 3	5	4	4	6	
4.	Раздел 4	5	4	4	6	Тестирование
5.	Раздел 5	5	4	4	6	Письменная работа
6.	Раздел 6	5	4	4	6	Сообщение с презентацией
7.	Раздел 7	5	4	4	6	Письменная работа
8.	Раздел 8	5	4	4	6	
			Промежуточная аттестация – экзамен			
<b>Всего по дисциплине:</b>			<b>34</b>	<b>34</b>	<b>47</b>	<b>27</b>

#### 4.3. Содержание разделов дисциплины

Таблица 6

Раздел	Содержание раздела
1.	Введение. Происхождение рекламы. XX век – «век рекламы». Реклама в России. Социальная реклама и PR в пространстве культуры. Социальное миссионерство. Основные понятия и термины, используемые в рекламной и выставочной деятельности.
2.	Социальная реклама и public relations (PR) в структуре маркетинговых и бренд-коммуникаций в музее.
3.	Средства распространения рекламы.
4.	Рекламный рынок и его основные операторы. Рекламно-выставочный менеджмент.
5.	Формообразование в рекламе.
6.	Жанровые и стилевые особенности рекламы.
7.	Управление выставочными музейными проектами, использующими технологии рекламы и PR.
8.	Правовое регулирование рекламной деятельности.

### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Таблица 6

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Раздел 1	Лекция 1. Лекция 2. Лекция 3. Семинар1. Семинар2.	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Письменная работа Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.
2.	Раздел 2	Лекция 1. Лекция 2. Семинар1. Семинар2.	Проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, семинары-дискуссии, семинары обсуждения;
3.	Раздел 3	Лекция 1. Лекция 2. Семинар1. Семинар 2.	презентации докладов и статей Технологии развития критического мышления
4.	Раздел 4	Лекция 1. Лекция 2. Семинар1. Семинар 2.	Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
5.	Раздел 5	Лекция 1. Лекция 2. Лекция 3. Семинар1. Семинар2.	Проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, анализ ситуаций и имитационных моделей
6.	Раздел 6	Лекция 1. Лекция 2. Семинар1. Семинар2.	Письменная работа Проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, анализ ситуаций и имитационных моделей
7.	Раздел 7	Лекция 1. Лекция 2. Семинар1. Семинар 2.	Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
8.	Раздел 8	Лекция 1. Лекция 2. Семинар1. Семинар 2. Самостоятельная работа	Письменная работа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС подготовка к занятию семинарского типа. подготовка к докладу и презентации, подготовка к проведению семинара-конференции,

			подготовка к обсуждению презентаций студентов, подготовка к промежуточной аттестации (экзамен)
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Текущий контроль выполнения заданий (контроль формирования компетенций) осуществляется регулярно, начиная с первой недели семестра (входящий контроль). Контроль и оценивание выполнения осуществляется на 2 неделе семестра. Текущий контроль освоения отдельных разделов дисциплины осуществляется при помощи тестирования и письменных работ в завершении изучения разделов. Система текущего контроля успеваемости служит не только оценке уровня компетентностной подготовки обучающегося и способствует в дальнейшем наиболее качественному и объективному оцениванию его в ходе промежуточной аттестации, но и самооценке обучающегося, стимулируя его усилия.

Промежуточная аттестация по дисциплине:

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

### **6.1. Система оценивания**

<b>Форма контроля</b>	<b>Оценка</b>
Текущий контроль: - тестирование - письменная работа	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
Промежуточная аттестация (экзамен)	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно

## 1.1. Критерии оценки качества знаний

Таблица 7

№	Индикатор достижения компетенции	Раздел дисциплины (тема)	Средство оценивания	Показатели оценивания	Критерии оценивания
УК-9					
1.	3-1 основы экономических и финансовых вопросов для принятия обоснованных экономических решений	Раздел 3	Тестирование	Выполнение заданий	корректность, количество выполненных заданий
2.	У-1 использовать экономические и финансовые знания в разных областях жизнедеятельности для принятия обоснованных экономических решений	Раздел 1	Письменная работа	Ответы на вопросы	корректность, количество
3.	В-1 навыками принятия обоснованных экономических и финансовых решений в различных областях жизнедеятельности	Раздел 3	Тестирование	Выполнение заданий	корректность, количество выполненных заданий
ПК-4.2					
4.	3-1. Принципы подготовки программ охраны культурного и природного наследия.	Раздел 7	Тестирование	Выполнение заданий	корректность, количество выполненных заданий
5.	У-1. Готовить предложения по комплексному использованию культурного и природного наследия региона.	Раздел 5	Письменная работа	Ответы на вопросы	корректность, количество
6.	У-2. Разрабатывать программы по актуализации наследия путем освоения и публикации наследия через выставочную деятельность, издательскую и информационную деятельность.	Раздел 5	Письменная работа	Ответы на вопросы	корректность, количество
7.	У-3. Разрабатывать программы интерактивных культурно-образовательных музейных программ и праздников, социально	Раздел 5	Письменная работа	Ответы на вопросы	корректность, количество

№	Индикатор достижения компетенции	Раздел дисциплины (тема)	Средство оценивания	Показатели оценивания	Критерии оценивания
	ориентированных с учетом особенностей развития региона.				
8.	В-1. Навыками выявления историко-культурного потенциала региона.	Раздел 8	Экзамен	Ответы на вопросы	Полнота Прочность Системность
9.	В-2. Навыками работы с реестрами всемирного, национального и регионального наследия.	Раздел 8	Экзамен	Ответы на вопросы	Полнота Прочность Системность .
10.	В-3. Навыками работы по мониторингу сохранения наследия в процессе его использования в рамках культурно-образовательных и культурно-туристических программ.	Раздел 8	Экзамен	Ответы на вопросы	Полнота Прочность Системность .



Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
«хорошо»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
«удовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p>

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	<p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«неудовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### **6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

В данном разделе рабочей программы даны краткие примеры задания для текущего и промежуточного контроля знаний обучающегося.

В полном объеме фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине отражен в отдельном документе:

- Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Рекламно-выставочные технологии» – Химки, МГИК - <http://www.mgik.org> (режим доступа: свободный).

#### **Вопросы для письменных работ**

1. Охарактеризовать выражение «XX век – «век рекламы»». Отметить исторические периоды развития рекламы в странах Европы. Особенности развития рекламы в России.
2. Определить позиции социальной рекламы и PR в пространстве культуры. Охарактеризовать социальное миссионерство.
3. Изучить основные понятия и термины, используемые в рекламной и выставочной деятельности.
4. Охарактеризовать специфику интегрированных маркетинговых и бренд-коммуникаций применительно к рекламному бизнесу.

5. Определить критерии сходства и различия рекламы и PR.
6. Привести общую классификацию рекламной продукции и рекламных услуг.
7. Указать соотношение между собой следующих понятий и различия между ними: «реклама», «рекламная деятельность», «рекламный бизнес», «рекламный рынок», «рекламная продукция», «рекламные услуги».
8. Назвать основные предметные сферы рекламы, дать им характеристику и отметить специфические особенности.
9. Обозначить Sales promotion – «сейлз промоушн» и «директ-маркетинг» как форму маркетинговых коммуникаций в музейно-выставочной деятельности. Отличие «сейлз промоушн» и «директ-маркетинг» от рекламы.
10. Охарактеризовать функции рекламы: экономическую и социальную, информационную и коммуникативную.
11. Найти самостоятельно определение спонсоринга и фандрайзинга
12. Найти отличительные черты между различными видами печатной рекламы.
13. Подобрать примеры печатных медиа-средств, наружной рекламы, вещательной рекламы и т.п.
14. Подобрать примеры различных видов рекламы: социальной, корпоративной, потребительской, бизнес-рекламы, стимулирующей рекламы.
15. Дать характеристику видам коммуникативной печатной рекламно-информационной продукции:
  - афише;
  - плакату;
  - рекламному проспекту, буклету и календарю;
  - витрине;
  - стенду;
16. Выбрать музейную услугу, активно продвигаемую на рынке в настоящее время. Собрать и описать рекламу данной услуги. Выявить, используются ли для ее продвижения на рынке другие маркетинговые коммуникации кроме рекламы, и если используются, то какие.
17. Подобрать примеры музейных информационно-рекламных материалов и туристического бизнеса. Провести сравнительное описание.
18. Привести примеры выставочной рекламы на музейных биенале, музейных фестивалях (Интермузей), ярмарках современного искусства и антиквариата, туристических выставках (МИТФ).
19. Найти отличительные черты внешней и внутренней выставочной рекламы. Выявить креативное и корпоративное оформление витрин, выставочного пространства.
20. Изучить и представить виды конструкций внутренней и внешней выставочной рекламы для размещения рекламных плакатов, стикеров, стоек, подвижных объектов и т.д.
21. Изучить виды рассылки материалов для средств массовой информации (пресс-релизы, статьи сотрудников, статьи с мнением специалистов, письма редактору и т.д.).
22. Привести примеры методов установления контактов с журналистами из реальных PR – мероприятий: пресс- конференции, приемов для прессы, внутренних мероприятий.
23. Изучить СМИ (газеты, журналы) и найти пример «оплачиваемой» статьи.

24. Изучить такие способы коммуникации как:

- экскурсии и посещение производства;
- участие в выставках и ярмарках;
- телефонные разговоры;
- размещение информации в Интернет.

25 Рассмотреть этапы предпроектных и проектных исследований выставочных музейных проектов. Провести ресурсный анализ. Определить комплекс работ и планирование.

26 Определить основные методы определения бюджета выставочного проекта.

27 Рассчитать рекламный бюджет.

28 Рассмотреть структуру маркетингового плана и схематично нарисовать.

29 Разобрать и выявить маркетинговые источники:

- регионы, в которых рекламная кампания будет проводиться;
- сезонные тенденции, влияющие на объемы реализации рекламируемой продукции или услуг;
- преобладающие модели распространения рекламируемой продукции или услуг;
- рекламное воздействие конкурентов.

30 Определить место технологий выставочной рекламы в структуре музейно-выставочных технологий, а именно, в процессе:

- подготовки и проведения;
- предвыставочного и послевыставочного маркетинга;
- работы с клиентами выставки и ее посетителями;
- транспортно-экспедиторской обработки выставочных грузов;
- сбора, анализа и аудита статистических выставочных материалов;
- выставочной рекламы и PR.

31 Провести анализ эффективности реализации проекта.

32 Рассчитать эффективность рекламы и всего выставочного проекта.

33 Дать определение спонсоринга и фандрайзинга.

34 Изучить особенности форм привлеченных средств в поддержку реализации миссии музея, таких как:

- государственные субсидии и гранты;
- грантовая поддержка;
- вклады;
- спонсорство;
- дарение (подарки и пожертвования).

### **Темы сообщений с презентацией**

#### **Раздел 2.**

1. Анализ брендов отечественных, европейских и американских музеев.
2. Анализ логотипов отечественных, европейских и американских музеев.
3. Составление пресс-релиза выставочного проекта.
4. Основные методы определения бюджета выставочного проекта.
5. Музейно-выставочные технологии:
  - подготовки и проведения;
  - предвыставочного и послевыставочного маркетинга;

- работы с клиентами выставки и ее посетителями;
- транспортно-экспедиторской обработки выставочных грузов;
- сбора, анализа и аудита статистических выставочных материалов;
- выставочной рекламы и PR.

6. Планирование средств рекламы:

- маркетинговые источники;
- творческие источники;
- источники средств рекламы;

7. Технологии рекламы и PR в общей структуре технологий музейно-выставочного проекта.

8. Анализ эффективности реализации проекта.

Раздел 6.

4. Разработать логотип выставочного проекта.

5. Разработать концепцию линейки сувенирной продукции выставочного проекта.

6. Разработать программу PR компании выставочного проекта.

7. Спонсоринг и фандрайзинг социальных проектов, в том числе и музейных.

Определение спонсоринга и фандрайзинга. Формы привлечения средств в поддержку реализации миссии музея:

- государственные субсидии и гранты;
- грантовая поддержка;
- вклады;
- спонсорство;
- дарение (подарки и пожертвования).

8. Принципы создания эффективной рекламы выставочных проектов. Анализ эффективности реализации выставочного и рекламного проекта. Способы оценки эффективности рекламы.

9. Закон РФ «О рекламе». Его роль в организации и правлении рекламной деятельности.

Кодекс рекламной практики.

10. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности.

11. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.

## Промежуточная аттестация

### Примерные вопросы к экзамену

**Вопрос 1.** Реклама и PR как компоненты интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Критерии сходства и различия рекламы и PR.

**Вопрос 2.** Коммерческая реклама и PR, социальная реклама и PR, политическая реклама и PR.

**Вопрос 3.** Социальная реклама и PR в системе музейного маркетинга и брендинга.

Социальный капитал музейной услуги.

**Вопрос 4.** Характеристика, классификация и функции социальной рекламы, ее цели и задачи в музейном маркетинге и брендинге. Задачи некоммерческой и неполитической рекламы.

- Вопрос 5.** Sales promotion – («сейлз промоушн» - стимулирование, продвижение) как форма маркетинговых коммуникаций в музейно-выставочной деятельности. Отличие «сейлз промоушн» от рекламы.
- Вопрос 6.** Директ-маркетинг (прямая реклама). Аспекты коммуникативных функций.
- Вопрос 7.** Формы привлечения средств в поддержку корпоративной рекламы для продвижения миссии музея.
- Вопрос 8.** Печатные медиа – средства и другие виды коммуникативной печатной рекламы. Недостатки размещения рекламы в газете.
- Вопрос 9.** Реклама в газете и журнале и их классификация.
- Вопрос 10.** Вещательная реклама (теле- и радиореклама), видео- и кинореклама.
- Вопрос 11.** Наружная реклама. Использование наружной рекламы музеями.
- Вопрос 12.** Реклама на транспорте, реклама в компьютерных сетях и другие формы рекламы.
- Вопрос 13.** Выставочная реклама на музейных биенале, музейных фестивалях, ярмарках современного искусства и антиквариата, туристических выставках.
- Вопрос 14.** Виды внешней и внутренней выставочной рекламы. Креативное и корпоративное оформление витрин, выставочного пространства.
- Вопрос 15.** Конструкции внутренней рекламы для размещения рекламных плакатов, стикеров, стоек, подвижных объектов и т.д.
- Вопрос 16.** Специфические особенности, преимущества и ограничения рекламы в зависимости от средства распространения. Информационно-рекламные материалы в музее и туристическом бизнесе.
- Вопрос 17.** Презентация как вид распространения информации о музейно-выставочных проектах.
- Вопрос 18.** Основные субъекты рекламного рынка и принципы взаимодействия между ними.
- Вопрос 19.** Взаимодействие рекламной службы рекламодателя (музея) и рекламных агентств. Функции рекламных агентств на рынке.
- Вопрос 20.** Специфика работы рекламных отделов музеев и рекламных агентств. Должностные обязанности сотрудников.
- Вопрос 21.** Определение целевого рынка. Мониторинг рекламной и PR деятельности конкурентов индустрии культурных и образовательных услуг.
- Вопрос 22.** Рекламно-выставочный менеджмент. Использование принципов организации рекламы и директ-маркетинга (прямой рекламы) в музейно-выставочной деятельности.
- Вопрос 23.** Структурная подготовка рекламных кампаний. Понятие о медиапланировании. Влияние планирования и структурной подготовки рекламной кампании на конечный результат проведения этой кампании.
- Вопрос 24.** Структура маркетингового плана рекламной кампании музея. Последовательность разработки:
- анализа ситуации;
  - стратегическое решение;
  - определение цели рекламной кампании;

- установление целевой аудитории;
- выявление конкурентных преимуществ рекламируемых товаров и услуг.

- Вопрос 25.** Планирование рекламной кампании, ее параметры, для выявления системы взаимодействия основных участников рекламного процесса.
- Вопрос 26.** Предварительные исследования, влияющие на результат проведения рекламной кампании и ее художественное оформление:
- Вопрос 27.** Формообразование в рекламе как соотношение устойчивых, типовых, жанровых признаков и небанальных, индивидуализированных творческих решений.
- Вопрос 28.** Основные типы рекламы.
- Вопрос 29.** Наиболее важные характеристики специализированных и справочных рекламных изданий, влияющие на художественное оформление рекламы, расположенной в ней, в зависимости от ее востребованности.
- Вопрос 30.** Художественное оформление печатной, наружной и Интернет рекламы в качестве медиа-средств рекламной кампании музея.
- Вопрос 31.** Специфика музейных средств рекламы, обеспечивающих эффективное воздействие на целевую аудиторию.
- Вопрос 32.** Особенности процесса создания дизайна и художественного оформления Интернет - рекламы. Применение концепции, креативных решений, стиля в формировании дизайна и художественного оформления Интернет - рекламы.
- Вопрос 33.** Выбор способов концептуального проектирования рекламного сообщения. Определение наличных качеств рекламируемого товара или услуги музея, для решения задач затрагивающих художественное оформление и дизайн визуальной рекламы разрабатываемой для проведения рекламной кампании.
- Вопрос 34.** Использование характеров образности товара или услуги музея в художественном оформлении и дизайне рекламы.
- Вопрос 35.** Развитие жанровой и стилевой структуры рекламы в музее и ее взаимодействие с жанрами и стилями прессы, радио и ТВ.
- Вопрос 36.** Жанры и стили печатной, аудио- и телерекламы как устойчивые, типовые формы рекламного обращения к целевой аудитории.
- Вопрос 37.** Мифотворчество в рекламе.
- Вопрос 38.** Концепция, стиль и сюжет дизайна и художественного оформления отдельно взятой музейной рекламы. Соответствие стиля изображения и сюжета (или метасюжета) (как печатной, так и мультимедийной) отдельно взятой рекламы, так и рекламной кампании, сложившемуся образу торговой марки (бренда) музея для получения максимального визуального воздействия на потребителя музейных товаров и услуг.
- Вопрос 39.** Фирменный стиль музея и его элементы. Понятие товарного знака и логотипа музея и средства его использования. Фирменные цвета, шрифты, форматы рекламных сообщений.
- Вопрос 40.** Использование рекламных творческих технологий при создании «креатива» для рекламных и PR-акций в музее.
- Вопрос 41.** Проектные и предпроектные исследования в музее. Предпроектные и проектные исследования выставочных музейных проектов.
- Вопрос 42.** Ресурсный анализ.

## • 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Список литературы и источников

#### Основная

1. Алешин, Л.И. Мультимедиа и реклама [Текст] : учеб. пособие / Л. И. Алешин. - М. : Литера, 2012. - 375 с. - (Современная библиотека). - Библиогр.: с.: 360-362. - ISBN 978-5-91670-094-7 : 300.
2. Карпова С.В. РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / Карпова Светлана Васильевна ; Карпова С.В. - 2-е изд. ; пер. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 431 с. - (Бакалавр. Прикладной курс). - ISBN 978-5-9916-3941-5 : 1000.00.

#### Дополнительная

1. Реклама: новые технологии в России : Учеб. пособие / О. А. Феофанов. - СПб. : Питер, 2001. - 376,[1]с : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 5-272-00037-4 : 93.

### 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. <http://www.consultant.ru/> - справочно-правовая система «Консультант плюс»
2. <https://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека
3. Электронная библиотека: <http://www.eboogle.ru>
4. Электронная библиотека РГБ: <https://www.rsl.ru/>
5. Библиотека Гумер. <http://www.gumer.info>
6. Библиотека Ихтика. <http://ihtik.lib.ru>
7. Библиотека по культурологии. <http://www.countries.ru/library.htm>
8. Библиотека исторического факультета МГУ. <http://www.hist.msu.ru/ER/>
9. Портал Социально-гуманитарное и политологическое образование. <http://www.auditorium.ru>
10. Библиотека Русского гуманитарного Интернет-университета. <http://www.i-u.ru/biblio>
11. Электронные правовые ресурсы (бесплатные версии): Консультант и Консультант+регион, Гарант, pravo.ru - <https://pravo.ru/>, <http://www.pravo.gov.ru/>.

## • 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 8.1. Планы семинарских/ практических занятий

Семинар № 1. Выставка как форма маркетинговой коммуникации

Семинарское занятие проводится в форме обсуждения результатов самостоятельной работы студентов по теме. Предварительно студенты индивидуально или в составе малой группы выполняют следующие задания:

Задание 1: Посетить одну из музейных выставок



. С помощью включенного наблюдения и интервью с организаторами и стендистами изучить особенности организации выставки, структуру, дизайн, маркетинговую программу, основные группы посетителей, информационное обеспечение и пр. Собрать фотоматериалы и рекламную печатную продукцию.

Задание 2: Выполнить анализ выставки и подготовить презентацию и устное сообщение по следующему плану:

1. Тема выставки. Обоснование ее актуальности для региона и целесообразности проведения.

2. Цель.

3. Задачи.

4. Структура выставки (основные разделы).

5. Особенности комплектования.

7. Типы экспонатов, приемы экспозиционного показа.

8. Потоки посетителей, маршрут движения.

9. Фирменный стиль выставки. Реклама. Информационное обеспечение.

Семинар № 2. Музейная выставка: определение понятия, классификация, функции

План:

1. Понятие выставки и выставочной деятельности музея.

2. Классификация музейных выставок по тематике, содержанию и характеру экспозиционных материалов, по месту размещения, по продолжительности работы.

3. Характеристика основных типов музейных выставок: выставка новых поступлений, фондов, выставка из частных собраний, мемориальная выставка, юбилейная и т.д.

4. Роль и значение музейных биеннале и Международной межмузейной выставки «Интермузей» для развития музейного дела в России.

5. Основные функции современной музейной выставки.

6. Методика организации выставки.

Семинар № 3. Основные методы и принципы построения выставочной экспозиции

План:

1. Научная объективность экспозиции в свете нового гуманитарного знания.

2. Значение музейного предмета в экспозиции. Предметность как критерий «музейности» экспозиции, проблемы его применения на практике.

3. Коммуникативность в контексте требований к современной экспозиции.

4. Основные принципы группировки и интерпретации экспозиционных материалов: историко-хронологический, комплексно-тематический, проблемный.

Семинар № 4. Современная экспозиция: традиции и новые подходы

Коллективный просмотр DVD Государственного центрального музея современной истории России (г. Москва). Дискуссия.

Вопросы для дискуссии:

1. Назовите полное название музея, место его нахождения.

2. До 1917 г. в здании музея находился ...

3. Сформулируйте основную идею экспозиции, для чего она создавалась?

4. С позиций десятилетнего прошлого оцените инновационные подходы к разработке содержания экспозиции. (Какие аспекты и темы были принципиально

- новы для того времени и не утратили своей актуальности до настоящего времени?).
5. Какой хронологический период отражен в экспозиции ГЦМСИР?
  6. Какому методу построения экспозиции в данном музее отведено преимущественное значение?
  7. Приведите примеры использования коллекционного метода.
  8. Приведите примеры использования ансамблевого метода.
  9. Приведите примеры использования музейно-образного метода.
  10. Назовите автора и название самой большой в Европе диорамы.
  11. Какие ведущие экспонаты (из числа показанных в фильме) Вам запомнились больше всего?
  12. Приведите примеры использования в экспозиции вспомогательных материалов.
  13. Назовите приемы дизайна, образного решения экспозиции.

## **8.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов**

Самостоятельная работа студентов является важным дополнением аудиторных занятий и служит индивидуальному закреплению содержания курса. Целью самостоятельных занятий является прежде всего посещение крупнейших музеев, галерей, изучение их постоянных экспозиций, знакомство с новыми выставками. Особое значение имеет приобретение навыков самостоятельного анализа художественных произведений, понимание взаимодействия и взаимовлияния различных видов искусства.

Методические рекомендации по подготовке к занятиям семинарского типа:

Подготовка доклада:

Цель выполнения задания: задание ориентировано на совершенствование умений самостоятельно работать с литературой по основам музеологии, с полученным фактическим материалом; на развитие самостоятельного мышления, индивидуально-творческого стиля деятельности, формирование навыков исследовательской деятельности, развитие профессиональных качеств речи будущего музеолога.

Работать над докладом рекомендуется в следующей последовательности:

- глубоко изучить рекомендованную литературу по данному вопросу;
- критически оценивать привлекаемую для доклада научную литературу,
- подумать над правильностью и доказательностью выдвигаемых автором тех или иных положений;
- хорошо продумать и составить подробный план доклада;
- сопоставить рассматриваемые в изученных работах положения, факты, выделить в них общее и особенное, обобщить изученный материал в соответствии с намеченным планом доклада;
- тщательно продумать правильность изложенного в докладе того или иного положения, систематизировать аргументы в его защиту или против неправильных суждений;
- сделать необходимые ссылки на использованную в докладе литературу, другие источники;
- подготовить необходимые к работе иллюстрации, умело использовать личные наблюдения.

**8.3. Методические рекомендации по подготовке к семинарскому занятию, контрольной работе, письменной работе, экзамену**

№	Форма самостоятельной работы	Методические рекомендации для студентов
1.	Подготовка сообщения с презентацией	<p>Цель сообщения зависит от целей обобщения материала, который будет содержаться в сообщении.</p> <p>Из цели сообщения можно выделить несколько основных задач, которые будут сформированы исходя из полного и разностороннего раскрытия темы. Обычно выделяют от трех до шести-семи основных задач. Решение этих задач (освещение вопросов, которые включаются в эту тему) может быть решено в строгой последовательности, однако в некоторых случаях возможны варианты последовательности таких задач.</p> <p>Для сообщения необходимо четко представлять, что есть предмет и объект. Объект – рассматриваемое явление или физический объект. Предмет – исследуемое отношение, которое связано с данным объектом. Понимание объекта и предмета необходимо для разностороннего раскрытия темы и исключения смешения материала с материалом, касающимся других объектов и предметов, которые не связаны с основной темой, или не важны для раскрытия данной темы.</p> <p>После уяснения цели и задач доклада необходимо сформировать план. Этот план определяет основные разделы (пункты) сообщения в зависимости от поставленных задач.</p> <p>Материал для сообщения необходимо подбирать, обращая особое внимание на следующие его характеристики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– отношение к теме исследования;</li> <li>– компетентность автора материала;</li> <li>– конкретизация и подробность;</li> <li>– новизна;</li> <li>– научность и объективность;</li> <li>– значение для исследования.</li> </ul> <p>Источник материала: периодические издания, научная литература, материала научных конференций, Интернет-ресурсы. При выборе, например, периодического издания для поиска материала необходимо учитывать общую направленность такого издания, целевую аудиторию. При использовании Интернет- источников важно иметь ввиду, что в них материал может быть ошибочным или неполным, так как глобальная сеть доступна для большого количества пользователей и их квалификация также может различаться. При подборе литературных источников важен год издания, основные цели такого издания. Целевая аудитория и цели книга обычно находятся в введении.</p> <p>При изложении материала нужно плавно переходить от одного вопроса к следующему, желательно обобщать материал каждого пункта (раздела) используя такие слова, как «таким образом», «итак», «необходимо подчеркнуть» и т.п. Такие обобщения гарантируют правильное и полное восприятие материала аудиторией.</p> <p>Если в материале используются цитаты или определения других авторов, то необходимо ссылаться на таких авторов.</p> <p>В конце сообщения должен быть краткий вывод, который показывает, насколько цель сообщения была выполнена. Рекомендации по организации самостоятельной работы</p>
2.	Анализ и конспектирование основной и дополнительной литературы.	<p>При работе с учебной литературой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи.</p> <p>Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.</p> <p>Правильный подбор учебной литературы рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература указана в методических разработках по данному курсу.</p> <p>Изучая материал по выбранной литературе, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего,</p>

№	Форма самостоятельной работы	Методические рекомендации для студентов
		<p>описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).</p> <p>Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь.</p> <p>Полезно составлять опорные конспекты.</p> <p>При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.</p> <p>Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.</p> <p>Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые понятия. Такой лист помогает запомнить основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.</p> <p>Различают два вида чтения: первичное и вторичное.</p> <p>Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятного слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.</p> <p>Задача вторичного чтения полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).</p> <p>Основные виды систематизированной записи прочитанного:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;</li> <li>2. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;</li> <li>3. Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;</li> <li>4. Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;</li> <li>5. Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.</li> </ol> <p>Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.</p> <p>Методические рекомендации по составлению конспекта:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;</li> <li>2. Выделите главное, составьте план;</li> <li>3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;</li> </ol>

№	Форма самостоятельной работы	Методические рекомендации для студентов
		<p>4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.</p> <p>5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.</p> <p>В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.</p> <p>Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.</p>
3.	Подготовка к письменной работе	<p>Цель Письменной работы зависит от целей обобщения материала, который будет содержаться в докладе.</p> <p>Из цели Письменной работы можно выделить несколько основных задач, которые будут сформированы исходя из полного и разностороннего раскрытия темы в докладе. Обычно выделяют от трех до шести-семи основных задач. Решение этих задач (освещение вопросов, которые включаются в эту тему) может быть решено в строгой последовательности, однако в некоторых случаях возможны варианты последовательности таких задач.</p> <p>Для Письменной работы необходимо четко представлять, что есть предмет и объект Письменной работы. Объект Письменной работы – рассматриваемое явление или физический объект. Предмет Письменной работы – исследуемое отношение, которое связано с данным объектом. Понимание объекта и предмета Письменной работы необходимо для разностороннего раскрытия темы и исключения смещения материала с материалом, касающемся других объектов и предметов, которые не связаны с основной темой, или не важны для раскрытия данной темы.</p> <p>После уяснения цели и задач Письменной работы необходимо сформировать план. Этот план определяет основные разделы Письменной работы (пункты) в зависимости от поставленных задач.</p> <p>Материал для Письменной работы необходимо подбирать, обращая особое внимание на следующие его характеристики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– отношение к теме исследования;</li> <li>– компетентность автора материала;</li> <li>– конкретизация и подробность;</li> <li>– новизна;</li> <li>– научность и объективность;</li> <li>– значение для исследования.</li> </ul> <p>Источник материала: периодические издания, научная литература, материалы научных конференций, Интернет- ресурсы. При выборе, например, периодического издания для поиска материала необходимо учитывать общую направленность такого издания, целевую аудиторию. При использовании Интернет- источников важно иметь в виду, что в них материал может быть ошибочным или неполным, так как глобальная сеть доступна для большого количества пользователей и их квалификация также может</p>

№	Форма самостоятельной работы	Методические рекомендации для студентов
		<p>различаться. При подборе литературных источников важен год издания, основные цели такого издания. Целевая аудитория и цели книга обычно находятся в введении.</p> <p>При изложении материала нужно плавно переходить от одного вопроса к следующему, желательно обобщать материал каждого пункта (раздела) Письменной работы используя такие слова, как «таким образом», «итак», «необходимо подчеркнуть» и т.п. Такие обобщения гарантируют правильное и полное восприятие материала аудиторией.</p> <p>Если в материале используются цитаты или определения других авторов, то необходимо ссылаться на таких авторов.</p> <p>В конце Письменной работы, должен быть краткий вывод, который показывает, насколько цель Письменной работы была выполнена. В выводе (заключении) должны быть отражены все задачи и степень их выполнения.</p>
4.	Подготовка к тестированию	<p>Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов.</p> <p>При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:</p> <p>а) готовясь к тестированию, проработайте информационный материал по дисциплине.</p> <p>Проконсультируйтесь с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;</p> <p>б) четко выясните все условия тестирования заранее. Вы должны знать, сколько тестов Вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.</p> <p>в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочтите вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выберите правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов выпишите цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;</p> <p>г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.</p> <p>д) если Вы встретили чрезвычайно трудный для Вас вопрос, не тратьте много времени на него. Переходите к другим тестам. Вернитесь к трудному вопросу в конце.</p> <p>е) обязательно оставьте время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.</p> <p>Тестирование позволяет оценить знание фактического материала, умение логически мыслить, способность к рефлексии и творчески подходить к решению поставленной задачи.</p> <p>При проверке знаний, умений, качества овладения компетенциями используются две группы тестов:</p> <p>а) тесты специальных способностей и достижений (задания с несколькими вариантами выбора).</p> <p>в) тесты со свободными ответами (предполагают элементы творчества и личностного самовыражения, проявляют сверх нормативные знания и умения учащихся).</p> <p>1. Это размещение экспоната на видном или доступном для осмотра месте. Он предполагает самостоятельный добровольный осмотр вещи любым желающим. Самый простой способ показа предметов – раскладка или расстановка их в статистическом положении.</p> <p>2. Это наглядное представление чего-либо в действии или движении, с выделением особенностей и преимуществ демонстрируемого.</p> <p>3. Правильных ответов нет.</p> <p>4. Оба ответа верны.</p>
5.	Подготовка к экзамену	Изучение многих общепрофессиональных и специальных дисциплин завершается экзаменом. Подготовка к экзамену способствует закреплению,

№	Форма самостоятельной работы	Методические рекомендации для студентов
		<p>углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.</p> <p>Экзаменационная сессия – это серия экзаменов, установленных учебным планом. Между экзаменами интервал 3-4 дня.</p> <p>В эти 3-4 дня нужно систематизировать уже имеющиеся знания. На консультации перед экзаменом студентов познакомят с основными требованиями, ответят на возникшие у них вопросы. Поэтому посещение консультаций обязательно.</p> <p>Требования к организации подготовки к экзаменам те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго.</p> <p>Во-первых, очень важно соблюдение режима дня; сон не менее 8 часов в сутки, занятия заканчиваются не позднее, чем за 2-3 часа до сна. Оптимальное время занятий - утренние и дневные часы.</p> <p>Во-вторых, наличие хороших собственных конспектов лекций. Даже в том случае, если была пропущена какая-либо лекция, необходимо вовремя ее восстановить, обдумать, снять возникшие вопросы для того, чтобы запоминание материала было осознанным.</p> <p>В-третьих, при подготовке к экзаменам у студента должен быть хороший учебник или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра. Здесь можно эффективно использовать листы опорных сигналов.</p> <p>Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.</p> <p>Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.</p> <p>Правила подготовки к зачетам и экзаменам:</p> <p>Лучше сразу сориентироваться во всем материале и обязательно расположить весь материал согласно экзаменационным вопросам (или вопросам, обсуждаемым на семинарах), эта работа может занять много времени, но все остальное – это уже технические детали (главное – это ориентировка в материале).</p> <p>Сама подготовка связана не только с «запоминанием». Подготовка также предполагает и переосмысление материала, и даже рассмотрение альтернативных идей.</p> <p>Готовить «шпаргалки» полезно, но на экзамене лучше ими не пользоваться. Главный смысл подготовки «шпаргалок» – это систематизация и оптимизация знаний по данному предмету, что само по себе прекрасно – это очень сложная и важная для студента работа, более сложная и важная, чем простое поглощение массы учебной информации.</p> <p>Сначала студент должен продемонстрировать, что он «усвоил» все, что требуется по программе обучения (или по программе данного преподавателя), и лишь после этого он вправе высказать иные, желательно аргументированные точки зрения.</p>

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

Обучающимся по ОПОП обеспечен доступ к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ([www.mgik.org](http://www.mgik.org)); ход

образовательного процесса по дисциплине фиксируется посредством электронной информационно-образовательной среды института ([www.mgik.org](http://www.mgik.org)); обеспечено формирование электронного порт-фолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института ([www.mgik.org](http://www.mgik.org)).

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

- Операционная система Windows 7 Professional

Пакет офисных программ:

- Microsoft Office 2016 Word
- Microsoft Office 2016 Excel
- Microsoft Office 2016 PowerPoint
- Учебные планы ВО и УП ВПО

Антивирусные программы:

- Kaspersky Endpoint Security

Другое ПО:

- Mozilla Firefox

1. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru>

2. Электронно-библиотечная система - <https://e.lanbook.com/>

3. Система дистанционного обучения - <http://portal.mgik.org/>

*Доступ в ЭБС:*

- - ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- - ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- - ООО НЭБ Режим доступа [www.eLIBRARY.ru](http://www.eLIBRARY.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

## ● **10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением:

*Таблица 12*

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования и программного обеспечения
Занятия лекционного типа	Поточная аудитория, оснащенная проекционным оборудованием
Занятия семинарского типа	Поточная аудитория, оснащенная проекционным оборудованием
Самостоятельная работа студентов	Научно-техническая библиотека



## **11. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ (ПРИ НАЛИЧИИ)**

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

- для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

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

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

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

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

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

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

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Составитель(и):

*Кандидат пед. наук, доцент В.Г. Иванова.*