

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зенгин Сергей Семенович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.06.2021 15:09:43
Уникальный программный ключ:
6a5d8615911b6f6409e56c2d301686fe076872cb

Приложение № 9
к ОПОП по направлению подготовки
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки,
профиль Реклама и визуальные коммуникации
от 20 июня 2017 г.

**Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

**Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ОПОП
для промежуточной аттестации и текущего контроля успеваемости**

Направление подготовки
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
Профиль
Реклама и визуальные коммуникации
Квалификация
Бакалавр
Нормативный срок обучения
4 года по очной форме обучения, 4,6 – по заочной форме обучения

(год начала подготовки - 2017)

**Краснодар
2017**

Фонд оценочных средств ОПОП для промежуточной аттестации и текущего контроля успеваемости включает в себя:

- типовые контрольные задания, тесты и иные материалы, позволяющие оценить знания, умения и навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- перечень компетенций с описанием показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности характеризующих этапы формирования компетенций;
- матрица соответствия составных частей ОПОП, компетенций и оценочных средств по направлению подготовки (специальности).

Подготовлен в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и рабочими программами учебных дисциплин (модулей), программами практик, разработанными на следующих кафедрах:

Индекс, наименование дисциплины	Наименование кафедры-разработчика	Протокол и дата утверждения на заседании кафедры рабочей программы дисциплины, программы практики
Б1.Б.1. Философия	Кафедра философии и общественных дисциплин	Протокол №10 от 15.06.2017 г.
Б1.Б.2 История	Кафедра истории, культурологии и музееведения	Протокол №13 от 05.06.2017 г.
Б1. Б.3. Иностранный язык	Кафедра русских и иностранных языков и литературы	Протокол №10 от 07.06.2017 г.
Б1.Б.4. Русский язык и культура речи	Кафедра русского и иностранных языков и литературы	Протокол №10 от 07.06.2017 г.
Б1.Б.5. Безопасность жизнедеятельности	Кафедра физической культуры и безопасности жизнедеятельности	Протокол №11 от 05.06.2017 г.
Б1.Б.6. Психология	Кафедра педагогики и психологии	Протокол №12 от 14.06.2017 г.
Б1.Б.7 Предпринимательство и проектная деятельность	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16.06.2017 г.
Б1.Б.8. Педагогика	Кафедра педагогики и психологии	Протокол №12 от 14.06.2017 г.

Б1.Б.9. Основы права	Кафедра философии и общественных дисциплин	Протокол №10 от 15.06.2017 г.
Б1.Б.10. Создание художественно-творческого продукта	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16.06.2017 г.
Б1.Б.11 История искусств	Кафедра истории, культурологии и музееведения	Протокол №13 от 05.06.2017 г.
Б1.Б.12. Основы государственной культурной политики Российской Федерации	Кафедра истории, культурологии и музееведения	Протокол №13 от 05.06.2017 г.
Б1.Б.13 Основы научно-исследовательской работы	Кафедра истории, культурологии и музееведения	Протокол №13 от 05.06.2017 г.
Б1.Б.14. Интегрированные коммуникации	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.Б.15. Основы экономики и управления в профессиональной деятельности	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.Б.16. Информационные системы и технологии	Кафедра документоведения, информатики и проектной деятельности	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.Б.17. Физическая культура и спорт	Кафедра физической культуры и безопасности жизнедеятельности	Протокол №11 от 05.06.2017 г.
Б1.В.ОД.1. Основы теории коммуникации	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1. В.ОД.2. Основы рекламного маркетинга	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1. В.ОД.3. История рекламы	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1. В.ОД.4 Имиджелогия	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.5. Фотография	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД. 6. Инфографика	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.7.1 Разработка и технологии производства рекламного продукта	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.7.2 Мультимедиа в современных коммуникациях	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.8. Визуальные коммуникации в городской среде	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.

Б1.В.ОД.9. Исследования в рекламной деятельности	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.10 Копирайтинг	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.11.1 Теория и практика рекламного дизайна	Кафедра дизайна	Протокол №10 от 30.05.2017 г.
Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях	Кафедра дизайна	Протокол №10 от 30.05.2017 г.
Б1.В.ОД.12 Звук в жанрах медиа	Кафедра музыковедения, композиции и методики музыкального образования	Протокол №11 от 08.06.2017 г.
Б1.В.ОД.13 Эвент-технологии в рекламе	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.14 Коммуникативистика и медиапланирование	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.15 Публичное экспонирование визуальных объектов	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.16 Теория и практика связей с общественностью	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ОД.17 Менеджмент рекламы и визуальных коммуникаций	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ДВ.Элективные курсы по физической культуре и спорту	Кафедра физической культуры и безопасности жизнедеятельности	Протокол №11 от 05.06.2017 г.
Б1.В.ДВ.1.1 Информационные технологии и smm-продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ДВ.1.2. Информационные технологии в визуальных социальных проектах	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ДВ.2.1. Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.

Б1.В.ДВ.2.2 Теория и практика социальной рекламы	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ДВ.3.1 Креативное проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ДВ.3.2. Управление креативными проектами	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ДВ.4.1 Теория и практика рекламы	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б1.В.ДВ.4.2 Основы рекламной деятельности	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б2.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б2.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б2.П.2 Научно-исследовательская работа	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.
Б2.П.3 Преддипломная практика	Кафедра арт-бизнеса и рекламы	Протокол №15 от 16 июня 2017г.

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, ТЕСТЫ И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ПОЗВОЛЯЮЩИЕ ОЦЕНИТЬ ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ И (ИЛИ) ОПЫТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина	Оценочные средства
Б1.Б.1 Философия	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Устный опрос, письменные индивидуальные задания, по анализу проблемных ситуаций и понятийному анализу; • Выполнение домашних заданий; • Доклады, сообщения по вопросам к семинарским занятиям; • Тестирования по проблемным вопросам, тематически блокам, системам понятий, глоссарию. <p><i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Устные опросы и ответы студентов по контрольным вопросам, доклады, сообщения по основным темам; • Практические работы, письменные индивидуальные задания; • Работа с первоисточниками, выдержками текстов из хрестоматий, конспектирование, анализ высказываний философов; • Реферативная работа, написание мини эссе, рефератов по основным философским проблемам. <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта.</p> <p>Текущий контроль</p> <p>Примерные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Космология милетской школы. 2. Учение Пифагора о числах. 3. Сократ: человек – это его душа. 4. Философское учение Платона. 5. Философское учение Аристотеля. 6. Философия Конфуция. 7. Христианская философия Августина Блаженного. 8. Теологическая система Фомы Аквинского. 9. Основные идеи ренессансного гуманизма. 10. Философия Бэкона. 11. Философия Р.Декарта. 12. Основные идеи французского материализма XVIII века. 13. Философия И.Канта. 14. Трансцендентальная философия И.Канта. 15. Философия Г.Гегеля. 16. Антропология Л.Фейербаха.

17. «Преодоление человека» в философии Ф.Ницше.
18. Феномен культуры в философии жизни О.Шпенглера.
19. Проблема человека и смысл истории в экзистенциальной философии Карла Ясперса.
20. Гуманистическая антропология Эриха Фромма.
21. Альбер Камю о смысле жизни.
22. Многообразии культур в современном обществе.
23. Буддизм как мировая религия.
24. Христианство как мировая религия.
25. Ислам как мировая религия.
26. Концепции исторического развития в трудах Н.Данилевского, А.Тойнби, О.Шпенглера.
27. Деятельность «Римского клуба» и глобальные проблемы современности.
28. Футурологические прогнозы будущего человечества.

Примерные тестовые задания для проведения текущего контроля для проведения текущего контроля
ТЕСТ 1.

1. Выберите правильное определение:

- а) философия - это наука о наиболее общих законах развития природы, общества и человеческого мышления.
- б) философия - это познание божественного
- в) философия - это практическая мудрость
- г) философия - это умение находить пользу.

2. Платон создал учение о...

- а) мире познания
- б) материальном мире
- в) мире идей и бессмертной душе
- г) о мире культуры.

3. Характерной чертой философии средневековья является:

- а) теоцентризм
- б) пантеизм
- в) гелиоцентризм
- г) деизм.

4. Идеи гуманизма, пантеизма, антропоцентризма наиболее ярко представлены в философии

- а) Средних веков
- б) Античности
- в) Возрождения
- г) Нового времени

5.Какая проблема является центральной в философии Нового времени?

- а) Проблема познания и метода.
- б) Проблема сущности и существования человека.
- в) Проблема бытия.

г) Происхождение мира.

6. Главным предметом изучения человека Западной философией XX века является...

- а) биологическая природа
- б) Божественное начало
- в) психология
- г) личностное начало

7. Идеи соборности, общинности и мессианской роли русского народа выдвигали...

- а) марксисты
- б) космисты
- в) западники
- г) славянофилы.

8. Основной в античной натурфилософии была проблема....

- а) первоначала
- б) государства
- в) смысла жизни
- г) Бога.

9. Выберите правильный вариант, раскрывающий суть учения

И. Канта о «вещи в себе»:

- а) «вещь в себе» объективна и непознаваема
- б) «вещь в себе» субъективна
- в) «вещь в себе» нереальна
- г) «вещь в себе» познаваема

10. Что означает философское понятие «материя»:

- а) материя - иллюзия
- б) материя - объективная реальность, данная нам в ощущениях;
- в) материя есть лишь символ
- г) материя - это непознаваемая «вещь в себе».

11. Как самостоятельное системно-теоретическое мировоззрение, философия впервые возникла ...

- а) в Древнем Риме
- б) в эпоху древнейших цивилизаций
- в) в Древней Греции
- г) с появлением первых людей.

12. Что такое диалектика:

- а) искусство спора;
- б) представление о вечном становлении мира;
- в) теория о развитии и всеобщий метод познания мира;

г) учение о человеке

13. Получение новых знаний о мире является главной целью...

а) в науке

б) в обыденной жизни

в) в экономике

г) в инженерной деятельности

14. Решающим средством проверки истинности научной гипотезы является, в конечном счете...

а) практика

б) солидарность ученых

в) мнение гения

г) логика.

15. Познание, ориентированное на здравый смысл и повседневный опыт называется:

а) научным

б) теоретическим

в) обыденным

г) религиозным

16. Учение о человеке, как общественном существе, было разработано в философии...

а) позитивизма

б) марксизма

в) скептицизма

г) прагматизма.

17. В русской философии традиционно повышенное внимание уделялось ценностям...

а) духовным

б) материальным

в) субъективным

г) собственности.

18. Верно ли суждение?

А. Человек есть продукт биологической эволюции.

Б. Человек есть продукт социальной эволюции.

а) верно только А;

б) верно только Б;

в) верно А и Б;

г) оба неверны.

19. . Протяженность, трехмерность, изотропность, обратимость – это свойства...

а) вакуума

б) мышления

- в) пространства
- г) времени.

20. «Общественное бытие определяет общественное сознание» - такое понимание истории развития общества характерно для...

- а) идеализма
- б) фатализма
- в) материализма
- г) модернизма.

21. Эпикурейцы и стоики выделяли три части философии:

- а) физика, природа, дух
- б) логика, физика, этика
- в) идея, физика, логика
- г) логика, природа, история.

22. Взгляд на историю как совокупность замкнутых культурно-исторических типов, сформулировал:

- а) К. Ясперс
- б) Г. Гегель
- в) О. Шпенглер
- г) К. Маркс

23. С точки зрения аксиологического подхода, культура – это совокупность...

- а) технических изобретений
- б) материальных и духовных ценностей
- в) традиции и новации
- г) опыта и знания.

24. Основателем теории, объясняющей роль бессознательного в жизни человека и общества, является:

- а) З. Фрейд
- б) А. Камю
- в) К. Ясперс
- г) К. Маркс.

25. Согласно К. Марксу способ производства - это

- а) производственные мощности и люди
- б) производительные силы и производственные отношения
- в) экономика и политика
- г) производство, потребление и человек.

ТЕСТ 2.

1. Раздел философии, разрабатывающий всеобщие вопросы бытия, называют....

- а) логика
- б) этика
- в) онтология
- г) психология.

2. Термин «философия» означает:

- а) мудрость
- б) любовь к мудрости
- в) ученье
- г) теория

3. Первоначало античных натурфилософов понималось как..

- а) единое, вечное, неизменное
- б) множественное и преходящее
- в) подвижное, изменчивое
- г) временное, изменчивое.

4. Основные принципы и законы диалектики были впервые сформулированы....

- а) Зеноном
- б) Энгельсом
- в) Гегелем
- г) Гераклитом.

5. В средние века считалось, что основная задача философии - это:

- а) найти смысл жизни
- б) сделать человека образованным
- в) объяснить, что такое счастье
- г) привести человека к Богу.

6. Ф. Бэкона можно назвать основателем:

- а) эмпиризма
- б) материализма
- в) идеализма
- г) дуализма.

7. Принципы атомистической картины мира Демокрита:

- а) атомы, пустота и движение атомов в пустоте
- б) неподвижные атомы и пустота
- в) атомы, тела и космос
- г) подвижные тела, атомы и пустота.

8. Механистическая картина мира возникает в эпоху

- а) Возрождения

- б) Нового времени
- в) Античности
- г) Средневековья.

9. Согласно философии Платона

- а) мир идей порождается человеком
- б) мир идей и мир вещей никак не связан
- в) мир вещей порождает мир идей
- г) мир идей порождает мир вещей.

10. И. Канта можно назвать родоначальником...

- а) итальянской имитационной философии
- б) немецкой классической философии
- в) английской инновационной философии
- г) французской неоклассической философии.

11. Проецирование человеческих свойств на явления природы и фантастичность является особенностями:

- а) мифологии
- б) философии
- в) религии
- г) науки.

12. Основателем теории, объясняющей роль бессознательного в жизни человека и общества, является:

- а) З. Фрейд
- б) А. Камю
- в) К. Ясперс
- г) К. Маркс.

13. Источником религиозной истины является:

- а) наука
- б) вера
- в) эксперимент
- г) опыт.

14. Закон единства и борьбы противоположностей диалектики раскрывает....

- а) направление развития
- б) форму развития
- в) внутреннюю причину развития
- г) цель развития.

15. Учение о том, что Бог - центр мира, начало всего, называется:

- а) теоцентризм
- б) антропоцентризм

- в) атеизмом
- г) космоцентризмом.

16. Протяженность, трехмерность, изотропность, обратимость – это свойства...

- а) вакуума
- б) мышления
- в) пространства
- г) времени.

17. Познание, ориентированное на здравый смысл и повседневный опыт называется:

- а) научным
- б) теоретическим
- в) обыденным
- г) религиозным.

18. Фраза «Я знаю, что я ничего не знаю» принадлежит:

- а) Фалесу
- б) Марксу
- в) Сократу
- г) Платону.

19. Р. Декарт обосновал метод:

- а) рационализм
- б) эмпиризм
- в) прагматизм
- г) сенсуализм.

20. Утверждение, что ощущения являются единственным источником познания, характерно для:

- а) агностицизма
- б) иррационализма
- в) рационализма
- г) сенсуализма.

21. Учение о человеке, как общественном существе, было разработано в философии.....

- а) индивидуализма
- б) прагматизма
- в) марксизма
- г) позитивизма.

22. Ярким мыслителем эпохи средних веков был автор знаменитой «Исповеди»....

- а) Фома Аквинский
- б) Ориген
- в) Аврелий Августин

г) Порфирий.

23. Философское учение о познании называют...

- а) онтология
- б) метафизика
- в) гносеология
- г) антропология.

24. Главное положение экзистенциализма Ж.-П. Сартра:

- а) существование человека предшествует его сущности
- б) сущность определена
- в) человек – образ Бога
- г) сущность человека неизменна.

25. Античная натурфилософия размышляла о...

- а) Богах и героях
- б) первоначале всех вещей и космосе
- в) природе человека
- г) смысле жизни.

ТЕСТ 3.

1. Термин «философия» означает:

- а) мудрость
- б) любовь к мудрости
- в) ученье
- г) теория.

2. Мировоззрение, основанное на вере в сверхъестественные начала бытия - это...

- а) наука
- б) философия
- в) религия
- г) атеизм.

3. Целостное представление о мире и отношении к нему человека реализует функция философии

- а) мировоззренческая
- б) социальная
- в) воспитательная
- г) прогностическая.

4. Раздел философии, который изучает общественную жизнь, называется...

- а) историей философии

- б) философией науки
- в) социальной философией
- г) философской антропологией.

5. И, Канта называют основоположником учения о...

- а) «вещах в себе»
- б) «вещах в магазине»
- в) «вещах в экономике»
- г) «вещах в космосе».

6. Платон создал учение о...

- а) мире познания
- б) материальном мире
- в) мире идей и бессмертной душе
- г) о мире культуры.

7. Идеи гуманизма, пантеизма, наиболее ярко представлены в философии

- а) средних веков
- б) Античности
- в) Возрождения
- г) Нового времени.

8. Открытие проблемы Бытия в философии принадлежит:

- а) Фалесу
- б) Платону
- в) Марксу
- г) Пармениду.

9. Идеи соборности, общинности и мессианской роли русского народа выдвигали...

- а) марксисты
- б) позитивисты
- в) западники
- г) славянофилы.

10. Основателем эмпиризма и индуктивного метода в философии является:

- а) Ф. Бэкон
- б) Р. Декарт
- в) Д. Локк
- г) Д. Юм.

11. Абсолютизация судьбы, рока, предопределения происходит в...

- а) пессимизме
- б) аскетизме

- в) фатализме
- г) гедонизме.

12. Процесс вхождения человека в общество, усвоение норм и ценностей, социальных ролей – это...

- а) индивидуализация
- б) информатизация
- в) социализация
- г) рождение.

13. Для скептицизма характерно:

- а) уверенность в познании мира
- б) надежда на познание
- в) сомнение в возможностях познания
- г) наслаждение познанием.

14. Основателем теории, объясняющей роль бессознательного в жизни человека и общества, является:

- а) З. Фрейд
- б) А. Камю
- в) К. Ясперс
- г) Г. Гегель.

15. Противостояние эмпиризма и рационализма в познании характерно для философии

- а) Античности
- б) Нового времени
- в) Средних веков
- г) Постмодернизма.

16. Исторические виды мировоззрения:

- а) религиозное, научное, философское
- б) мифологическое, религиозное, философское
- в) обыденное, историческое, научное
- г) художественное, религиозное, обыденное

17. Фрагмент действительности, который изучает исследователь, называется,

- а) метод
- б) субъект
- в) предмет
- г) объект.

18. Основные принципы и законы диалектики были впервые сформулированы....

- а) Зеноном
- б) Гегелем
- в) Энгельсом

г) Гераклитом.

19. Концепция, определяющая истинность знания его практической полезностью, называется...

- а) рационализмом
- б) прагматизмом
- в) феноменологией
- г) марксизмом.

20. . Закон единства и борьбы противоположностей диалектики определяет....

- а) направление развития
- б) форму развития
- в) внутреннюю причину развития
- г) цель развития.

21. Гегель выделял три этапа саморазвития абсолютной идеи:

- а) Пространство. Время. Бытие
- б) Логика. Природа. Дух
- в) Материя. Пространство. Время.
- г) Материя. Дух. Разум.

22. Главное положение экзистенциализма Ж.-П. Сартра:

- а) существование человека предшествует его сущности
- б) сущность определена
- в) человек – образ Бога
- г) сущность человека неизменна.

23. «Космоцентризм» – основная черта мировоззрения...

- а) философии Нового времени
- б) Античной философии
- в) философии Средних веков
- г) философии позитивизма

24. Марксизм считал движущей силой развития и становления человека:

- а) общественно-трудовую деятельность.
- б) инопланетное вмешательство
- в) мутацию
- г) естественный отбор.

25. . Что означает термин «ноосфера»:

- а) сфера экономики;
- б) сфера разума;
- в) животная сфера;

г) сфера городов.

Примерная тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Космология милетской школы.
2. Учение Пифагора о числах.
3. Сократ: человек – это его душа.
4. Философское учение Платона.
5. Философское учение Аристотеля.
6. Философия Конфуция.
7. Христианская философия Августина Блаженного.
8. Теологическая система Фомы Аквинского.
9. Основные идеи ренессансного гуманизма.
10. Философия Бэкона.
11. Философия Р.Декарта.
12. Основные идеи французского материализма XVIII века.
13. Философия И.Канта.
14. Трансцендентальная философия И.Канта.
15. Философия Г.Гегеля.
16. Антропология Л.Фейербаха.
17. «Преодоление человека» в философии Ф.Ницше.
18. Феномен культуры в философии жизни О.Шпенглера.
19. Проблема человека и смысл истории в экзистенциальной философии Карла Ясперса.
20. Гуманистическая антропология Эриха Фромма.
21. Альбер Камю о смысле жизни.
22. Многообразии культур в современном обществе.
23. Буддизм как мировая религия.
24. Христианство как мировая религия.
25. Ислам как мировая религия.
26. Концепции исторического развития в трудах Н.Данилевского, А.Тойнби, О.Шпенглера.
27. Деятельность «Римского клуба» и глобальные проблемы современности.
28. Футурологические прогнозы будущего человечества.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятие философии. Специфика философских проблем и структура философского знания.
2. Предмет философии, метод и цель философских рассуждений. Функции философии, её место в духовной культуре.
3. Мировоззрение: понятие, структура, уровни, элементы. Исторические типы мировоззрения.
4. Двенадцать тезисов об Античной культуре А.Ф.Лосева.
5. Зарождение древнегреческой философии. Милетская школа и первые натурфилософы.
6. Космология Гераклита, Пифагора и пифагорейцев.
7. Проблема бытия в элейской философии. Парменид и Зенон.
8. Первоначала в учении Демокрита. Понятие бытия и его основные характеристики.
9. Проблема человека и его сущности в Античной философии средней классики. Софисты и Сократ.

10. Философия Платона: учение о бытии, человеке и государстве.
11. Метафизика Аристотеля.
12. Особенности философской проблематики эпохи эллинизма: философия киников, скептиков, эпикурейцев и стоиков.
13. Основные принципы и особенности философского мировоззрения эпохи средневековья. Патристика и философия А.Августина.
14. Основные принципы, постулаты, идеи и методы схоластики. Фома Аквинский и проблема бытия.
15. Эпоха Возрождения: специфика философского мировоззрения и культуры. Итальянские гуманисты о человеке.
16. Натурфилософия и новое естествознание эпохи Возрождения. Н.Кузанский, Д.Бруно, Г.Галилей.
17. Философия Нового времени XVII века. Ф.Бэкон, проблема метода.
18. Р.Декарт: рационалистический метод и метафизические начала.
19. Обоснование эмпиризма. Дж. Локк и Т. Гоббс.
20. Метафизические концепции Б.Спинозы и Г.Лейбница.
21. Субъективный идеализм Дж. Беркли и Д. Юма.
22. Философские идеи эпохи Просвещения XVIIIв.
23. Трансцендентальный идеализм И.Канта.
24. Абсолютный идеализм Г.В.Ф. Гегеля: система и метод.
25. Антропологический материализм Л.Фейербаха.
26. Марксистская философия XIXв. К.Маркс и Ф.Энгельс.
27. Философский иррационализм А.Шопенгауэра и Ф.Ницше.

Примерные вопросы к экзамену по дисциплине

1. Понятие философии, её предназначение и смысл, специфика философских проблем и структура философского знания.
2. Предмет, метод и цель философского знания, особенности философской рефлексии, функции философии.
3. Мировоззрение: понятие, элементы, структура, уровни. Исторические типы мировоззрения.
4. Специфика Античной культуры и мировоззрения, основные проблемы и особенности натурфилософии ранней классики.
5. Проблема человека, познания, нравственности в философии софистов и Сократа.
6. Философия Платона: учение о бытии, человеке и государстве.
7. Метафизика Аристотеля, учение о бытии, субстанции, материи.
8. Особенности философской проблематики эпохи эллинизма: философия киников, скептиков, эпикурейцев и стоиков.
9. Средневековая философия V-XV веков: патристика и схоластика, основные проблемы, методы, идеи и представители.
10. Философия эпохи Возрождения XV-XVI вв. Гуманизм и гуманисты, натурфилософские идеи Н.Кузанского, Д.Бруно, Г.Галилея.
11. Философия Нового времени XVII в. Ф.Бэкон, проблема метода.
12. Философия Р.Декарта: проблема метода и метафизика.
13. Особенности эмпиризма Д. Локка и Т. Гоббса.
14. Метафизические концепции Б.Спинозы и Г.Лейбница.
15. Философия субъективного идеализма Д.Беркли и Д.Юма.
16. Философские идеи эпохи Просвещения XVIIIв. Механистический материализм.

17. Трансцендентальная философия И.Канта.
18. Проблема человека, нравственности и свободы в философии И.Канта.
19. Немецкая классическая философия. Фихте и Шеллинг.
20. Система абсолютного идеализма Г.В.Гегеля. диалектический метод.
21. Антропологический материализм Л.Фейербаха.
22. Социально-философское учение марксизма XIXв. К.Маркс и Ф.Энгельс.
23. Философский иррационализм и волонтаризм. С.Кьеркегор, А.Шопенгауэр, Ф.Ницше.
24. Философия позитивизма, неопозитивизма и постпозитивизма.
25. Особенности русской философской мысли на рубеже XIX-XXвеков, историософские идеи славянофилов и западников.
26. Русская религиозная философия В.Соловьев и Н.А.Бердяев.
27. Современная западная философия: феноменология и герменевтика.
28. Основные идеи, проблемы и понятия философии экзистенциализма. М.Хайдеггер, Ж.-П. Сартр, А. Камю, К. Ясперс.
29. З.Фрейд и философия психоанализа XXв. Неофрейдизм К.Юнг, Э.Фромм.
30. Философская антропология XIX-XXвв.: основные идеи о человеке.
31. Онтология как учение о бытии и субстанции. Метафизическое и физическое, идеальное и реальное бытие.
32. Философское учение о материи. Исторические формы материализма.
33. Пространство и время как основные категории картины мира. Эволюция представлений, концепций о пространстве и времени.
34. Философское учение о движении и развитии. Основные признаки развития, формы и направления (прогресс и регресс).
35. Диалектика как учение о развитии и метод познания мира, исторические формы диалектики, её основные принципы.
36. Универсальные связи бытия и их выражение в категориях диалектики: единичное и общее, явление и сущность.
37. Структурные связи бытия и их выражение в категориях диалектики: часть и целое, форма и содержание, элемент и структура.
38. Диалектика причинно-следственных связей, принцип причинности и проблема детерминизма.
39. Основные законы диалектики: единства и борьбы противоположностей перехода количества в качество, отрицание отрицания.
40. Синергетика как новое мировидение, её основные принципы, идеи, понятия. Общность процессов самоорганизации в природе.
41. Проблема сознания в истории философской мысли: специфика основных подходов, концепций, парадигм.
42. Сущность сознания, его происхождение и структура, взаимосвязь психики, мышления, языка и сознания.
43. Философское учение о познании гносеология, основные проблемы, концепции, понятия.
44. Структура познавательного процесса, его уровни и формы. Истина как познавательная ценность.
45. Философское понимание общества как целостной саморазвивающейся системы, его черты, свойства и элементы.
46. Проблема развития общества, формационный и цивилизационный подходы к анализу исторического процесса, постмодернистские исследования социального.
47. Духовная жизнь общества. Общественное сознание, его структура, уровни и формы.
48. Человек, индивид, индивидуальность, личность. Проблема свободы и ответственности личности, взаимосвязи личности и общества.
49. Философия истории: основные проблемы, понятия классических концепций. Августин, Вико, Кант, Гегель,

	<p>Вл.Соловьев.</p> <p>50. Культура и цивилизация, проблема развития истории в концепциях культурно-исторических типов. Н.Я.Данилевский, О.Шпенглер, А.Тойнби.</p> <p>51. Философское понимание культуры, основные теоретические подходы: деятельностный, аксиологический, социологический, семиотический, постмодернистский.</p> <p>52. Природа и общество, их историческая взаимосвязь. Основные понятия «географическая среда», «биосфера», «ноосфера».</p>
--	--

Б1. Б.2
История

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- письменные индивидуальные задания
- тестирование
- устный опрос

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устные ответы
- письменные работы
- работа с первоисточниками
- реферативная, исследовательская работа

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта (1, 2 семестры) и экзамена (3 семестр).

Текущий контроль

Примерные вопросы для проведения текущего контроля

1. Люблинская уния 1569 г.
2. Переяславская рада 1654 г.
3. Вечный мир с Польшей 1686 г.
4. Нерчинский договор 1689 г.
5. Великое посольство 1697—1698 гг.
6. Северный союз 1699—1700 годов.
7. Война за польское наследство 1733-1735 гг.
8. «Союз трех Черных Орлов»
9. Антифранцузские коалиции 1791 – 1814 гг.
10. Гюлистанский мирный договор 1813 г.
11. «Священный союз» 1815 г.
12. Туркманчайский мирный договор 1828 г.
13. «Союз трех императоров» 1873 г.
14. Второй «Союз трех императоров» 1881 г.
15. Тройственный союз 1882 г.
16. Антанта
17. Четверной союз (Центральные державы) 1915 г.
18. Брестский (Брест-Литовский) мирный договор 1918 г.
19. Рапальский договор 1922г.
20. Тройственный пакт 1940 г.
21. Антигитлеровская коалиция
22. Лига наций
23. ООН

24. НАТО
25. СЭВ
26. ОВД
27. СНГ
28. ОБСЕ (Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе)
29. ОДКБ (Организация договора о коллективной безопасности)
30. ШОС (Шанхайская организация сотрудничества)
31. Совет Европы
32. Европейский союз
33. ЮНЕСКО
34. БРИКС
35. Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС)

Примерные тестовые задания для проведения текущего контроля для проведения текущего контроля

Вариант 1.

1. *В каком ряду названы годы присоединения к Московскому княжеству Новгорода и Твери?*

- | | |
|---------------------|---------------------|
| а) 1237 г., 1242 г. | в) 1478 г., 1485 г. |
| б) 1359 г., 1380 г. | г) 1565 г., 1572 г. |

2. *Современником Дмитрия Донского был*

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| а) Андрей Курбский | в) Ярослав Мудрый |
| б) Василий Шуйский | г) Сергей Радонежский |

3. *Что из названного было одним из итогов внешней политики Ивана Грозного?*

- а) вхождение в состав России Крыма
- б) вхождение в состав России Левобережной Украины
- в) получение Россией выхода к Балтийскому морю
- г) расширение границ России на востоке

4. *Андрей Рублев создавал фрески*

- а) Успенского собора Московского Кремля
- б) храмов Данилова монастыря в Москве
- в) Троицкого собора Троице-Сергиева монастыря
- г) Софийского собора в Киеве

5. *Прочтите отрывок из исторического источника и укажите событие, о котором идет речь:*

«И того ж дни возмутились миром... на боярина и государева царева дядьку на Бориса Иванова сына Морозова, да на окольников на Петра Тиханова сына Траханиотова, да на думново дьяка на Назарья Иванова сына Чистово и иных многих единомыслеников их, и дома их миром розбили и розграбили... Бориса Морозова и Петра Траханиотова указал де государь с Москвы разослать, как де ваммиряном годно, и впредь де им Борису Морозову и Петру Траханиотову до смерти на Москве не бывать и не владеть и на городех у государевых дел ни в какихприказех не бывать...»

- а) Московское восстание 1547 г.
- б) Стрелецкое восстание 1682 г.
- в) Соляной бунт
- г) Медный бунт

6. *В июне 1812 г. в результате предпринятого М.Б. Барклаем-де-Толли отступления русской армии был сорван план Наполеона*

- а) переправиться через Неман
- б) захватить Москву
- в) захватить Смоленск
- г) разгромить русские армии в приграничном сражении

7. *Использование железнодорожного транспорта для перевозки пассажиров началось с открытием железной дороги между*

- а) Санкт-Петербургом и Царским Селом
- б) Москвой и Великим Новгородом
- в) Санкт-Петербургом и Архангельском
- г) Москвой и Нижним Новгородом

8. *Что из названного было причиной создания Петром I Синода?*

- а) стремление улучшить управление армией
- б) намерение подчинить церковь государству
- в) стремление создать представительный орган власти
- г) намерение улучшить управление промышленностью

9. *Прочтите отрывок из сочинения историка и назовите имя императрицы, о которой идет речь.*

«Два смежных царствования отбросили особый отсвет на личность и царствование императрицы: воспоминания о муже заставляли прощать ей все ошибки первых лет ее правления, любовно подхватывать каждый ее удачный жест, искренно видеть «Семирамиду Севера» и «Российскую Минерву» в недавней жертве грубых издевательств Петра III; сравнивая ее с сыном, охотно прощали ей все увлечения и шероховатости второй половины ее царствования, благоговейно хранили культ «премудрой Фелицы», даже при Александре I...»

- а) Екатерина I
- б) Анна Иоанновна
- в) Елизавета Петровна
- г) Екатерина II

10. *Что было одной из причин перехода Александра III к политике контрреформ?*

- а) революционные события в Западной Европе в начале 1900-х годов
- б) массовые политические демонстрации рабочих в России
- в) влияние на императора К.П. Победоносцева
- г) поражение России в Крымской войне

11. *Какая партия оказала П.А. Столыпину и его реформам максимальную поддержку в III Государственной Думе?*

- а) меньшевики
- б) октябристы
- в) эсеры
- г) кадеты

12. *Прочтите отрывок из записок императора и укажите его имя:*

«Единообразие... допросов особенно ничего не представляло: те же признания, те же обстоятельства, более или менее полные. Но было несколько весьма замечательных, о которых упомяну... Каховский говорил смело, резко положительно и совершенно откровенно. Причину заговора относя к нестерпимым будто притеснениям и неправосудию. Никита Муравьев был образец закостенелого злодея. Одаренный необыкновенным умом, получивший отличное образование, но на заграничный лад, он был во всех мыслях дерзок и самонадеян до сумасшествия, но вместе скрытен и необыкновенно тверд».

- а) Павел I
- б) Александр I
- в) Николай I
- г) Александр II

13. *Н.И. Новиков, А.Н. Радищев – это*

- а) известные художники

- б) основоположники отечественной географической науки
- в) деятели российского Просвещения
- г) выдающиеся математики

14. Какой из названных органов был главным при подготовке выступления большевиков в Петрограде в октябре 1917 г.?

- а) Реввоенсовет Республики
- б) Военно-Революционный комитет
- в) Всероссийская чрезвычайная комиссия
- г) Верховная распорядительная комиссия

15. Что из названного было характерно для действий большевиков сразу после их прихода к власти в октябре-декабре 1917 г.?

- а) нежелание решать аграрный вопрос до созыва Учредительного собрания
- б) временный отказ от наиболее радикальных программных лозунгов партии для привлечения симпатий буржуазии и интеллигенции
- в) решительный отказ от сотрудничества со всеми партиями
- г) стремление легализовать свою власть, представить ее проявлением высшего демократизма

16. Выход советских войск к западной государственной границе СССР в ходе Великой Отечественной войны произошел в

- а) феврале 1943 г.
- б) августе 1943 г.
- в) марте 1944 г.
- г) январе 1945 г.

17. Прочтите отрывок из Донесения командующего 1-м Украинским фронтом и определите название реки, о которой в нем говорится:

«26 апреля в 17.00 на восточном берегу реки в районе Торгаусостоялась официальная встреча командира 58 армии генерал-майора Русакова В.В. с командиром 69 американской армии генерал-майором Райнхардтом... Командование 69 американской армии преподнесло командиру 58 армии американский национальный флаг».

- а) Эльба
- б) Рейн
- в) Висла
- г) Дунай

б)

18. На XX съезде КПСС был(-а)

- а) принята новая программа партии
- б) разоблачен культ личности И.В. Сталина
- в) отстранен от должности Первого секретаря ЦК КПСС Н.С. Хрущев
- г) одобрен курс на построение «развернутого социализма»

19. Последствием реформы политической системы СССР в период перестройки было

- а) укрепление КПСС
- б) становление многопартийности
- в) учреждение нового органа власти – Государственного Совета
- г) урегулирование межнациональных отношений

20. Что связывает имена И.А. Бунина, М.А. Шолохова,

Б.Л. Пастернака

- а) присуждение Нобелевской премии
- б) общая проблематика произведений
- в) эмиграция из СССР на Запад
- г) научные исследования в области филологии

21. Что из названного относилось к событиям противостояния законодательной и исполнительной власти в России в октябре 1993 г.?

- а) штурм Белого дома в Москве
- б) отставка Президента РФ Б.Н. Ельцина
- в) заключение мирного соглашения о преодолении кризиса
- г) издание указа о восстановлении власти Советов

22. Расположите имена исторических лиц в хронологическом порядке их деятельности. Запишите буквы, которыми обозначены исторические лица, в правильной последовательности в таблицу.

- а) патриарх Никон
- б) Г.А. Потемкин
- в) Э.И. Бирон
- г) А.М. Курбский
- д) патриарх Филарет

Ответ:

--	--	--	--	--

23. Какие три из перечисленных ниже событий относятся к периоду правления Ивана Грозного? Запишите буквы, под которыми они указаны, в таблицу.

- а) Смоленская война
- б) начало введения «заповедных лет»
- в) отмена кормлений
- г) введение «урочных лет»
- д) отмена местничества
- е) Ливонская война

Ответ:

--	--	--

24. Какие три положения из перечисленных ниже относятся к истории России первой половины XIX века? Запишите в таблицу соответствующие буквы.

- а) цензурный устав
- б) свобода печати
- в) тайные общества
- г) выборные представительные органы государственной власти
- д) абсолютная монархия
- е) политические партии

Ответ:

--	--	--

25. Расположите в хронологическом порядке события первой половины XX века. Запишите буквы, которыми обозначены исторические события, в правильной последовательности в таблицу.

- а) роспуск Учредительного собрания
- б) Брусиловский прорыв

- в) заключение Брестского мира
- г) Февральская революция
- д) принятие первой Конституции СССР

Ответ:

--	--	--	--

26. Какие три из названных положений являются причинами, которые вызвали бедственное положение сельского хозяйства в СССР во второй половине 1940-х – начале 1950-х гг.? Запишите в таблицу соответствующие буквы.

- а) ослабление сельского хозяйства в годы войны
- б) введение территориального управления хозяйством
- в) сильная засуха и голод в некоторых регионах СССР
- г) проведение экономической реформы в деревне, направленной на установление рыночных отношений
- д) форсированное восстановление промышленности за счет сельского хозяйства
- е) полная ликвидация коллективных хозяйств

Ответ:

--	--	--	--

27. Прочтите отрывок из доклада В.И. Ленина на IV конгрессе Коминтерна и напишите краткое название политики, о которой идет речь.

«... Как обстоит дело сейчас, после того, как мы предоставили крестьянам свободу торговли? Ответ ясен и для всех очевиден, а именно: крестьянство за один год не только справилось с голодом, но и сдало налог в таком объеме, что мы теперь получили сотни миллионов пудов, и притом почти без применения каких-либо мер принуждения».

Ответ: _____.

28. Ниже приведен ряд терминов. Все они, за исключением одного, относятся к событиям XVIII века.

Коллегии, фискал, бироновщина, земская управа, ассамблея, генерал-прокурор.

Найдите и запишите термин, относящийся к другому историческому периоду.

Ответ: _____.

29. Напишите пропущенное слово.

Промышленный переворот в России в XIX в. характеризуется переходом от _____ к фабрике.

Ответ: _____.

30. Запишите пропущенный термин, о котором идет речь.

Ханская грамота, дававшая право русским князьям властвовать в своих владениях - _____.

31. Установите соответствие между именами князей и событиями, связанными с их княжением. К каждой позиции первого столбца подберите соответствующую позицию второго столбца.

Имена	События
А) Ольга	1) разгром половцев
Б) Святослав	2) крещение Руси
В) Владимир Святославович	3) принятие «Русской правды»
Г) Владимир Мономах	4) установление новой формы

сбора дани
5) дунайские походы

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами.

Ответ:

А	Б	В	Г

32. Установите соответствие между событиями и датами, когда они происходили. К каждой позиции первого столбца подберите соответствующую позицию второго столбца.

Событие	Даты
А) Создание НАТО	1) май 1945 г.
Б) окончание Великой Отечественной Войны	2) июль-август 1945 г.
В) Потсдамская конференция	3) сентябрь 1945 г.
Г) окончание Второй мировой войны	4) апрель 1949 г. 5) май 1955 г.

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами.

Ответ:

А	Б	В	Г

Вариант 2.

1. Категория зависимого населения Древней Руси, близкая по своему положению к рабам, - это

- а) холопы
- б) дружинники
- в) смерды
- г) казаки

2. Какое из названных событий древнейшая русская летопись «Повесть временных лет» относит к 882 г.?

- а) призвание варягов
- б) восстание древлян
- в) объединение Киева и Новгорода
- г) крещение Руси

3. Что из названного относилось к причинам политической раздробленности Руси?

- а) стремление удельных князей к независимости от Киева
- б) установление власти Золотой Орды над Русью
- в) распространение языческих верований
- г) установление вечевых порядков

4. Аристотель Фиораванти построил

- а) Успенский собор в Москве
- б) церковь Вознесения в Коломенском
- в) Успенский собор во Владимире
- г) Ростовский кремль

5. Прочтите отрывок из сочинения историка и укажите имя князя, с которым связаны описываемые в источнике события.

«В 1240 г. в момент, когда восточная и средняя Русь подверглась опустошительному татарскому нашествию, северный сосед Великого Новгорода, шведы, вместе с подчиненными им финскими племенами, напали на новгородскую

землю; пришли они «в силе велице, в кораблех множество много зело»».

- а) Андрей Боголюбский
- б) Александр Невский
- в) Владимир Мономах
- г) Иван III

6. *Какое понятие связано с реформами Петра I?*

- а) испольщина
- б) подушная подать
- в) выкупные платежи
- г) месячина

7. *Какое событие произошло в 1810 г.?*

- а) Венский конгресс
- б) начало Крымской войны
- в) создание Государственного совета
- г) смерть Александра I

8. *Что явилось одной из причин Крымской войны?*

- а) отказ Николая I от штурма Константинополя
- б) участие России в подавлении европейских революций
- в) усиление Османской империи
- г) спор России с Францией о контроле над иерусалимскими храмами

9. *Прочтите отрывок из работы Н.М. Карамзина и укажите, о каком правителе идет речь.*

«Россия пришла в себя. На высших местах управления снова явились русские люди... Народ, пришедший в себя, начинает говорить от себя и про себя, и является литература, является язык достойно говорящего о себе народа, являются писатели, которые остаются жить в памяти и мысли потомства, является народный театр, журнал, в старой Москве основывается университет».

- а) Екатерина I
- б) Анна Иоанновна
- в) Елизавета Петровна
- г) Екатерина II

10. *С проведением военной реформы 1860-х - 1870-х гг. связано появление понятия*

- а) стрелецкое войско
- б) народное ополчение
- в) всеобщая воинская повинность
- г) рекрутская повинность

11. *Что относится к причинам поражения русской армии в русско-японской войне 1904-1905 гг.?*

- а) роспуск I Государственной думы
- б) деятельность Антанты
- в) экономическая и военно-техническая отсталость России
- г) ввод в действие Транссибирской железнодорожной магистрали

12. *Прочтите отрывок из сочинения историка и укажите фамилию высокопоставленного чиновника, о деятельности которого на рубеже XIX-XX вв. идет речь.*

«Энергичное участие в организации строительства Сибирской и других железных дорог укрепило его престиж... Пробыв недолгое время министром путей сообщения, он становится министром финансов при Александре III. И сразу же проявляет инициативу, добившись введения государственной монополии на винную торговлю... По его инициативе в стране вводится золотая валюта...»

- а) С.Ю. Витте
- б) П.А. Столыпин
- в) В.К. Плеве
- г) Н.Х. Бунге

13. *«Могучей кучкой» в середине XIX века называлось объединение, созданное*

- а) художниками для организации своих выставок
- б) театральными деятелями для организации гастролей за границей
- в) композиторами для развития национальной музыкальной школы
- г) историками для сбора и публикации документов по русской истории

14. *Для внешнеполитических взглядов большевиков в 1918-1919 гг. было характерно*

- а) представление о неизбежности мировой революции в самое ближайшее время
- б) мнение о возможности мирного сосуществования двух систем – социалистической и капиталистической
- в) желание наладить связи с правительствами западных стран с целью вывода Советской России из международной изоляции
- г) стремление возродить российское государство, вернув в его в состав все бывшие территории Российской империи

15. *Что из перечисленного ниже является одним из последствий коллективизации в СССР?*

- а) развитие товарно-денежных отношений
- б) формирование слоя зажиточных крестьян
- в) усиление административных рычагов власти в деревне
- г) появление личных подсобных хозяйств крестьян

16. *В каком ряду названы герои, совершившие подвиги в годы Великой Отечественной войны?*

- а) Д.В. Давыдов, В. Кожина
- б) В.И. Чапаев, С.М. Буденный
- в) И.В. Панфилов, Я.Ф. Павлов
- г) А.Г. Стаханов, П.Н. Ангелина

17. *Прочтите отрывок из исторического документа и укажите название плана, о котором идет речь.*

«В декабре 1940 г. германское военное командование разработало план войны против СССР. Он предполагал нанести поражение Советскому Союзу в быстротечной, «молниеносной» кампании. С помощью танковых группировок немцы планировали окружить и уничтожить основные силы Красной Армии западнее рек Днепр и Западная Двина, не допустить их отхода вглубь России. Далее намечался выход на рубеж Архангельск – Казань – Астрахань.

- а) «Уран»
- б) «Тайфун»
- в) «Барбаросса»
- г) «Цитадель»

18. *Какое из названных событий произошло в конце 1940-х гг.?*

- а) ввод советских войск в Венгрию
- б) создание СЭВ
- в) создание ОВД
- г) ввод советских войск в Чехословакию

19. *Что из перечисленного ниже относится к характерным чертам экономики СССР в конце 1950-х – середине 1960-х гг.?*

- а) принятие семилетнего плана развития народного хозяйства СССР
- б) упадок военно-промышленного комплекса
- в) создание машинно-тракторных станций
- г) ликвидация совхозов в сельском хозяйстве

20. *Развитие советской науки в 1960-е гг. характеризовалось*

- а) успехами в освоении космического пространства
- б) быстрым внедрением научных достижений в производство товаров народного потребления
- в) освобождением науки от идеологического контроля
- г) мировым лидерством в создании компьютерных технологий

21. *Какое из перечисленных событий относится к 1998 г.?*

- а) избрание Президентом РФ В.В. Путина
- б) вооруженное столкновение сторонников Президента РФ и Верховного Совета
- в) финансовый кризис в России – дефолт
- г) принятие Конституции РФ

22. *Расположите следующие события, явления в хронологическом порядке. Запишите буквы, которыми*

обозначены исторические события, в правильной последовательности в таблицу.

- а) отмена крепостного права
- б) начало промышленного переворота
- в) Столыпинская аграрная реформа
- г) возникновение торгово-промышленных монополий
- д) проведение земской реформы

Ответ:

--	--	--	--	--

23. Какие три черты из перечисленных ниже характеризовали хозяйственное развитие России в XVII в.? Запишите буквы, под которыми они указаны, в таблицу.

- а) создание первых мануфактур
- б) развитие ярмарочной торговли
- в) ликвидация таможенных пошлин для иностранных купцов
- г) железнодорожное строительство
- д) товарная специализация районов
- е) завершение промышленного переворота

Ответ:

--	--	--

24. Какие три из перечисленных ниже событий произошли в 1825 г.? Запишите в таблицу соответствующие буквы.

- а) создание III отделения императорской канцелярии
- б) восшествие на престол Александра I
- в) присяга Сената Николаю I
- г) отречение от престола великого князя Константина Павловича
- д) смерть Александра I, междуцарствие
- е) отречение от престола Петра III

Ответ:

--	--	--

25. Расположите в хронологическом порядке события второй половины XX века. Запишите буквы, которыми обозначены исторические события, в правильной последовательности в таблицу.

- а) ввод советских войск в Афганистан
- б) проведение XIX Всесоюзной партийной конференции
- в) либерализация цен
- г) отставка Н.С. Хрущева с поста Первого секретаря ЦК КПСС
- д) отмена карточной системы на продовольственные и промышленные товары.

Ответ:

--	--	--	--	--

26. Какие три события произошли в царствование Николая II? Запишите в таблицу соответствующие

буквы.

- а) издание циркуляра «о кухаркиных детях»
- б) созыв Государственной думы
- в) издание указа о праве крестьян на свободный выход из общины с наделом
- г) восстание на броненосце «Потемкин Таврический»
- д) денежная реформа Е.Ф. Канкрин
- е) введение всеобщей воинской повинности

Ответ:

--	--	--

27. Прочтите отрывки из послания руководителя СССР президенту США и напишите название кризиса, о котором идет речь в отрывке.

«Советское правительство считает, что нарушение свободы пользования международными водами и международным воздушным пространством – это акт агрессии, толкающий человечество к пучине мировой ракетно-ядерной войны. Поэтому Советское правительство не может дать инструкции капитанам советских судов, следующих на Кубу, соблюдать предписания американских военно-морских сил, блокирующих этот остров... Конечно, мы не будем просто наблюдателями пиратских действий американских кораблей в открытом море. Мы будем тогда вынуждены со своей стороны предпринять меры, которые сочтем нужными и достаточными для того, чтобы оградить свои права».

Ответ: _____.

28. Ниже приведен ряд терминов. Все они, за исключением одного, относятся к событиям XIX в.

Жандарм, верховник, курсистка, временнообязанный, почетный гражданин, присяжный поверенный.

Найдите и запишите термин, относящийся к другому историческому периоду.

Ответ: _____.

29. Напишите пропущенное слово.

Политика, характеризуемая установкой на построение коммунизма в СССР в течение двадцати ближайших лет, связана с периодом _____.

Ответ: _____.

30. Запишите пропущенный термин, о котором идет речь.

_____ - вид феодальной собственности на землю, возникший в Древнерусском государстве не ранее XI в. как наследственное семейное владение.

31. Установите соответствие между понятиями и их определениями. К каждой позиции первого столбца подберите соответствующую позицию второго столбца.

Определения	Понятия
А) часть земли, выделенная Иваном Грозным в управление боярам	1) «урочные лета»
Б) годы, в которые запрещался переход крестьян от одного владельца к другому в Юрьев день	2) пожилое
В) земли, даваемые в личное пользование служилым людям на условиях службы государю	3) поместье
Г) плата, взимаемая с крестьянина при	4) земщина

переходе от одного владельца к другому

5) «заповедные лета»

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами.

Ответ:

А	Б	В	Г

32. Установите соответствие между фамилиями государственных деятелей и историческими событиями: к каждой позиции первого столбца подберите соответствующую позицию второго столбца.

Государственные деятели

Исторические события

А) А.А. Аракчеев

1) реформа управления
государственными крестьянами

Б) М.М. Сперанский

2) насаждение военных поселений

В) Н.М. Карамзин

3) издание «Полного собрания
законов Российской империи»

Г) С.С. Уваров

4) появление теории официальной
народности
5) составление «Записки о Древней
и Новой России»

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами.

Ответ:

А	Б	В	Г

Вариант 3.

1. Позже других событий произошло

- а) начало Смутного времени
- б) первое упоминание о Москве в летописи
- в) установление монголо-татарского ига
- г) завершение образования Российского централизованного государства

2. Центральные исполнительные органы власти в Русском государстве XVI-XVII вв. назывались

- а) думами
- б) приказами
- в) земствами
- г) управами

3. Результатом создания Русской правды стало

- а) уничтожение крестьянской общины
- б) уравнивание всего населения в правах и обязанностях
- в) уничтожение частной собственности
- г) законодательное закрепление общественного неравенства

4. Об «обмирщении культуры» XVII в. свидетельствует

- а) начало книгопечатания
- б) принятие закона об обязательном начальном образовании
- в) появление парсуны

г) открытие Академии наук

5. *В отрывке из сочинения современного историка:*

«...В Москву прибывает грек Юрий с проектом брака московского правителя с византийской принцессой Софьей Палеолог, племянницей последнего византийского императора. Путем устройства этого семейного союза Папа Римский стремился... свое влияние на русское государство, ... а _____ рассчитывал укрепить посредством этого брака престиж своей власти», - речь идет о правителе

а) Борисе Годунове

в) Иване III

б) Иване IV Грозном

г) Лжедмитрии I

6. *Указ о «вольных хлебопашцах» предусматривал*

а) отмену крепостного права

б) ликвидацию военных поселений

в) освобождение крестьян за выкуп с землей с согласия помещика

г) уничтожение общины

7. *«Бунтовщиком хуже Пугачева» Екатерина II называла*

а) Э. Бирона

в) Ф. Волкова

б) А. Радищева

г) И. Ползунова

8. *Петр I провел административные реформы с целью*

а) упрочить самодержавную власть

б) покончить с остатками Смуты

в) укрепить сословно-представительную монархию

г) уничтожить боярско-княжескую оппозицию

9. *Прочтите отрывок из документа и укажите автора воспоминаний:*

«Дружески отвечал мне брат, что когда вступил на престол, он нашел дела в запущении от отсутствия всякого правила и порядка; ибо при Екатерине порядку было мало, но все держалось еще привычками; но при восшествии на престол отца нашего весь прежний порядок нарушался, не заменяясь ничем. Но с восшествием его на престол много сделано к улучшению, и что я, вступив на престол, найду все дела в порядке, который мне останется только удерживать в законном течении».

а) Павел I

в) Александр II

б) Николай I

г) Николай II

10. *Кто из названных лиц были флотоводцами-участниками Русско-японской войны?*

а) М.Н. Тухачевский, В.К. Блюхер

б) Г.И. Котовский, С.М. Буденный

в) А.А. Брусилов, А.В. Самсонов

г) С.О. Макаров, З.П. Рождественский

11. *Поражение России в Крымской войне заставило*

а) увеличить количество боевых кораблей в Черном море

б) начать реформирование российского общества

в) искать союзников для продолжения борьбы с Крымским ханством

г) приступить к созданию наемной армии

12. *Прочтите отрывок из сочинения историка и укажите имя императора, о котором идет речь.*

«Еще 1 марта, поздно вечером к [императору] прорвался Победоносцев и умолял для блага России и династии отправить в отставку немедленно Лорис-Меликова, который своим соглашательством, бездеятельностью довел дело до царевубийства. С противниками власти нельзя разговаривать, нечего искать с ними «согласия». Они понимают только силу,

образовать их может только беспощадная рука; они боятся лишь неотвратимости наказания. Иным путем добиться спокойствия и порядка невозможно. [Император] разделял представления обер-прокурора. Никакого расположения к Лорис-Меликову у него уже не было».

- а) Павел I
б) Александр I

- в) Николай I
г) Александр III

13. *Автором картины «Явление Христа народу» является*

- а) В.М. Васнецов
б) В.И. Суриков

- в) А.А. Иванов
г) К.П. Брюллов

14. *Первая Конституция РСФСР была принята*

- а) 1918 г.
б) 1924 г.

- в) 1922 г.
г) 1936 г.

15. *Одной из причин разрыва блока большевиков с левыми эсерами и выхода эсеров из советского правительства летом 1918 г. было стремление эсеров*

- а) отмежеваться от политики большевиков в деревне и от Брестского мира
б) сформировать однородное эсеровское правительство
в) ввести в правительство представителей партии кадетов
г) передать часть полномочий из Центра местным властям

16. *Тегеранская конференция лидеров трех держав состоялась в*

- а) декабре 1941 г.
б) ноябре - декабре 1943 г.

- в) январе 1944 г.
г) мае 1945 г.

17. *Прочтите отрывок из исторического документа и укажите, о каком событии Великой Отечественной войны идет речь.*

«2 февраля 1943 г. прозвучали последние залпы битвы. Ставка и Генштаб, как никогда, умело и целеустремленно провели это сражение. Тщательно разработанный план битвы отличают оригинальность замысла и глубина оперативно-стратегического содержания. В нем просматривался почерк зрелой и талантливой полководческой школы».

- а) операция «Багратион»
б) освобождение Киева

- в) Восточно-Прусская операция
г) Сталинградская битва

18. *В каком году в Москве был подписан Договор между СССР, США, Великобританией о запрещении ядерных испытаний в атмосфере, космосе и под водой?*

- а) 1955 г.
б) 1963 г.
в) 1975 г.
г) 1985 г.

19. *Что было одной из причин неудачи экономической реформы второй половины 1960-х г.?*

- а) децентрализация управления экономикой
б) попытки изменить основы советской экономической системы
в) отказ от государственного планирования экономического развития
г) сопротивление партийно-государственной бюрократии

20. *Начало научно-технической революции в СССР относится к*

- а) середине 1930-х гг.
б) 1960-м гг.

- в) первой половине 1940-х гг.
г) середине 1980-х гг.

21. *Что из названного относится к изменениям в социальной структуре общества России в 1990-е гг.?*

- а) появление многочисленного среднего класса
б) значительное увеличение числа промышленных рабочих
в) появление слоя собственников крупного капитала
г) сокращение слоя бюрократии

22. Расположите имена российских правителей в хронологическом порядке их царствования. Запишите буквы, которыми обозначены эти имена, в правильной последовательности в таблицу.

- а) Екатерина I
- б) Анна Иоанновна
- в) Елизавета Петровна
- г) Петр II
- д) Иван VI Антонович

Ответ:

--	--	--	--	--

23. Какие три события из перечисленных ниже относятся к периоду правления Петра I? Запишите буквы, под которыми они указаны, в таблицу.

- а) Великое посольство в Европу
- б) секуляризация церковных земель
- в) Северная война
- г) учреждение Правительствующего Сената
- д) основание Черноморского флота
- е) принятие «Жалованной грамоты городам»

Ответ:

--	--	--

24. Какие три из перечисленных ниже декабристов являлись участниками выступления на Сенатской площади 14 декабря 1825 г.? Запишите в таблицу соответствующие буквы.

- а) К.Ф. Рылеев
- б) М.А. Бестужев
- в) П.Г. Каховский
- г) С.П. Трубецкой
- д) А.П. Юшневский
- е) П.И. Пестель

Ответ:

--	--	--

25. Расположите в хронологическом порядке события XX в. Запишите буквы, которыми обозначены исторические события, в правильной последовательности в таблицу.

- а) «дело врачей»
- б) расстрел Л.П. Берии
- в) создание Союза советских писателей
- г) «шахтинское дело»
- д) Ленский расстрел

Ответ:

--	--	--	--	--

26. Какие три из перечисленных ниже понятий связаны со Столыпинской аграрной реформой? Запишите в таблицу соответствующие буквы.

- а) национализация
- б) отруб
- в) продразверстка
- г) хутор
- д) переселенческая политика
- е) коллективизация

Ответ:

--	--	--

27. Прочитайте отрывок из воспоминаний участника событий и определите, о какой войне в них говорится.

«На одном из подмосковных аэродромов, после ноябрьского воздушного парада над Красной площадью, по распоряжению правительства в 1950 г. была отобрана группа летчиков-истребителей для оказания помощи (дружественной стране). Перед летчиками была поставлена задача прикрыть небо (этой страны) от налетов американской авиации и тем самым защитить на дальних подступах границы Советского Союза».

Ответ: _____.

28. Ниже приведен ряд терминов. Все они, за исключением одного, относятся к событиям XVII в.

Министерство, Земский собор, Боярская дума, дьяк, Смута, воевода уезд.

Найдите и запишите термин, относящийся к другому историческому периоду.

Ответ: _____.

29. Напишите пропущенное слово.

В 1960-е годы термин _____ был введен в употребление для обозначения граждан СССР, открыто выражавших свои политические взгляды, существенно отличавшиеся от господствовавшей в обществе и государстве коммунистической идеологии и практики, но которые не пытались бороться насильственными средствами против советского строя, а апеллировали к советским законам и официально провозглашаемым ценностям, за что многие из них подверглись преследованиям со стороны властей.

Ответ: _____.

30. Запишите пропущенный термин, о котором идет речь.

Древнерусский исторический источник, содержащий по годовое изложение событий, в исторической науке - _____.

31. Установите соответствие между фамилиями государственных деятелей XIX – XX вв. и связанными с ними мероприятиями внутренней политики. К каждой позиции первого столбца подберите соответствующую позицию второго столбца.

Деятели	Мероприятия внутренней политики
А) А.Х. Бенкендорф	1) основание военных поселений в 1810-х гг.
Б) Д.А. Милютин	2) учреждение в 1826 г. III отделения канцелярии Николая I
В) П.Д. Киселев	3) проведение реформы управления государственными крестьянами в 1837-1841 гг.
Г) Г.Е. Львов	4) проведение военной реформы 1860-х – 1870-х гг.

5) создание Временного правительства в 1917 г.

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами.

Ответ:

А	Б	В	Г

32. Установите соответствие между терминами, относящимися к жизни в СССР в 1930-х гг., и их определениями. К каждой позиции первого столбца подберите соответствующую позицию второго столбца.

Термины

Определения

А) ГУЛАГ

1) политика, направленная на устрашение

Б) «тройка»

2) форма движения передовиков в промышленности

В) соцреализм

3) орган, руководивший исправительно-трудовыми колониями

Г) террор

4) внесудебный орган, выносивший приговоры по политическим обвинениям

5) художественный метод, утвердившийся в совет-

ском искусстве

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами.

Ответ:

А	Б	В	Г

Вариант 4.

1. Какое из указанных событий произошло раньше других?

- а) битва на реке Воже
- б) разорение Москвы ханом Тохтамышем
- в) Куликовская битва
- г) стояние на реке Угре

2. Противников церковных реформ патриарха Никона называют

- а) иосифлянами
- б) нестяжателями
- в) старообрядцами
- г) обновленцами

3. Что из названного относится к предпосылкам объединения русских княжеств в XIV – XV вв.?

- а) необходимость освобождения от ордынского ига
- б) соперничество Москвы и Твери
- в) реформы Избранной рады
- г) начало деятельности Земских соборов

4. Выдающимся иконописцем конца XV – начала XVI вв. был

- а) Феофан Грек
- б) Дионисий
- в) Симон Ушаков
- г) Даниил Черный

5. В отрывке из сочинения историка Р.Г. Скрынникова:

«В воскресенье, 3 декабря, Грозный присутствовал на богослужении в кремлевском Успенском соборе. После окончания службы он трогательно простился с митрополитом, членами Боярской думы, дьяками, дворянами и столичными

гостями... Царская семья покинула столицу, увозя с собой всю московскую «святость» и всю государственную казну... Царский «поезд» скитался в окрестностях Москвы в течение нескольких недель, пока не достиг Александровской слободы», - речь идет о событиях, положивших начало

- а) Смутному времени
- б) опричнине
- в) войне с Казанским ханством
- г) Ливонской войне

6. *Какое из указанных событий произошло раньше других?*

- а) сражение при Аустрелице
- б) Битва народов под Лейпцигом
- в) пожар Москвы
- г) сражение при Березине

7. *Что из названного относится к политике Николая I?*

- а) указ «о вольных хлебопашцах»
- б) кодификация законов Российской империи
- в) учреждение суда присяжных
- г) циркуляр «о кухаркиных детях»

8. *Что из названного относится к результатам политики Екатерины II в крестьянском вопросе?*

- а) освобождение крестьян от крепостной зависимости
- б) ограничение барщины тремя днями в неделю
- в) распространение на Левобережную Украину крепостного права
- г) ограничение прав помещиков наказывать крепостных крестьян

9. *Прочитайте отрывок из книги историка и назовите имя императора, о котором идет речь.*

«Вступив на престол в 42 года, он был человеком со сложившимися взглядами и характером. Мать не допускала сына к занятиям политикой, и в течение многих лет он был вынужден издалека наблюдать за делом, которое считал своим».

- а) Петр II
- б) Петр III
- в) Александр I
- г) Павел I

10. *Кто из названных общественных деятелей был идеологом заговорщического направления в народничестве?*

- а) П.Л. Лавров
- б) М.А. Бакунин
- в) П.Н. Ткачев
- г) Г.В. Плеханов

11. *Что из названного относится к результатам политики Александра III?*

- а) начало деятельности земств
- б) создание Крестьянского банка
- в) учреждение независимых гласных судов
- г) введение рекрутской повинности

12. *Прочтите отрывок из воспоминаний современника и укажите имя императора, о действиях которого идет речь.*

«Либерализм обезоружен и придавлен; слова «правосудие» и «строгость» заменили сакраментальное дотоле слово «свобода»... Печальными казались только родственники и приятели мятежников 14 декабря».

- а) Павел I
- б) Александр I
- в) Николай I
- г) Александр III

13. *Что из названного относится к реформам Петра I в сфере культуры и быта?*

- а) создание первой в России рукописной газеты
- б) начало книгопечатания
- в) переход к новому летосчислению от Сотворения мира
- г) введение нового гражданского шрифта

14. Экономика в СССР в 1930-е гг. характеризовалась

- а) преимущественным развитием легкой промышленности
- б) децентрализацией планирования и управления производством
- в) предельным ограничением сферы деятельности рыночных механизмов
- г) невмешательством государства в хозяйственную сферу

15. В связи с началом Гражданской войны имел(-о) место

- а) отказ большевиков от участия в выборах в Учредительное собрание
- б) соглашение всех антибольшевистских сил о необходимости восстановления монархии в России
- в) переход большевиков к политике «военного коммунизма»
- г) восстановление большевиками и меньшевиками единой РСДРП

16. «Цитадель» - это название операции в ходе Великой Отечественной войны, планируемой

- а) немецкими войсками по наступлению в районе Курска
- б) советскими войсками по обороне Сталинграда
- в) советскими войсками по защите Москвы
- г) немецкими войсками по захвату Ленинграда

17. Простите отрывок из воспоминаний и укажите год, к которому относятся описываемые события.

Обстановка того времени оставалась для нашей страны весьма трудной. Под пятой фашистских оккупантов находились Прибалтика и Белоруссия, Украина и Молдавия, западные и южные области Российской Федерации. Враг продолжал блокаду Ленинграда, держал крупные силы войск неподалеку от Москвы. Накопленные с большим напряжением стратегические резервы были израсходованы... Обстановку усугубил неудачный для наших войск исход боевых действий под Ленинградом, Харьковом и в Крыму».

- а) 1940 г.
- б) 1942 г.
- в) 1943 г.
- г) 1944 г.

18. Относительный рост благосостояния советского народа в конце 1960-х – начале 1970-х гг. в значительной степени обеспечивался

- а) притоком «нефтедолларов» за экспорт сырья
- б) принятием Продовольственной программы
- в) внедрением новейших технологий в промышленности
- г) созданием фермерских хозяйств

19. Что стало одним из последствий проведения руководством СССР политики «нового мышления» в период перестройки?

- а) заключение международного договора о запрещении ядерных испытаний в атмосфере, космосе и под водой
- б) укреплении позиций Организации Варшавского Договора в мире
- в) отказ от вмешательства во внутренние дела социалистических стран
- г) обострение «холодной войны»

20. Согласно Постановлению «О журналах «Звезда» и «Ленинград»» были подвергнуты критике

- а) Р.Рождественский и Б. Окуджава
- б) О. Мандельштам и Б. Пастернак
- в) А. Вознесенский и Е. Евтушенко
- г) А. Ахматова и М. Зощенко

21. Какое событие относится к периоду президентства В.В. Путина?

- а) создание Государственной думы и Совета Федерации
- б) принятие Декларации о суверенитете России
- в) учреждение института представителей президента в округах

г) создание Содружества Независимых Государств

22. Расположите следующие события в хронологическом порядке. Запишите буквы, которыми обозначены исторические события, в правильной последовательности в таблицу.

а) присоединение Казанского ханства к Москве

б) битва на р. Калка

в) учреждение патриаршества в России

г) присоединение Астраханского ханства к Москве

д) антиордынское восстание в Твери

Ответ:

--	--	--	--	--

23. Какие три события из перечисленных ниже произошли в период царствования Екатерины II? Запишите буквы, под которыми они указаны, в таблицу.

а) учреждение системы приказов

б) присоединение к России Крыма

в) издание свода законов Российской империи

г) подавление восстания под предводительством Е. Пугачева

д) учреждение Вольного экономического общества

е) победа России в Северной войне

Ответ:

--	--	--	--	--

24. Какие из перечисленных ниже событий относятся к периоду правления Александра I? Запишите буквы, под которыми они указаны, в таблицу.

а) создание земств

б) созыв Государственной думы

в) создание Государственного совета

г) учреждение Синода

д) учреждение министерств

е) создание военных поселений

Ответ:

--	--	--	--	--

25. Расположите в хронологическом порядке Председателей Правительства РФ в 1990-е гг. Запишите буквы, которыми обозначены их фамилии, в правильной последовательности в таблицу.

а) В.С. Черномырдин

б) В.В. Путин

в) Е.Т. Гайдар

г) С.В. Степашин

д) Е.М. Примаков

Ответ:

--	--	--	--	--

26. Какие три положения из перечисленных ниже являются причинами «перестройки» в СССР? Обведите соответствующие буквы и запишите их в таблицу.

- а) построение правового государства
- б) повышение жизненного уровня населения
- в) падение темпов экономического развития страны
- г) личная инициатива М.С. Горбачева
- д) сокращение гонки вооружения
- е) попытки устранить «отдельные деформации социализма»

Ответ:

--	--	--

27. Прочитайте отрывок из труда историка и напишите, о ком говорится в тексте.

«Среди меньшевиков, эсеров и части большевиков преобладало мнение, что нужно поддерживать Временное правительство постольку, поскольку оно будет защищать и развивать завоевания революции, тем более что в составе кабинета князя Г.Е. Львова был и бывший лидер Трудовой группы IV Государственной группы, а ныне эсер, адвокат... блестящий демагогический талант которого покорял в то время сотни тысяч людей».

Ответ: _____.

28. Ниже приведен ряд терминов. Все они, за исключением одного, относятся к событиям 1920-1930-х гг.

Индустриализация, коллективизация, ваучер, массовые репрессии, продналог, пятилетка.

Найдите и запишите термин, относящийся к другому историческому периоду.

Ответ: _____.

29. Напишите пропущенное слово.

_____ - центральный орган отраслевого управления в Российской империи, сформировавшийся в Петровскую эпоху взамен утратившей свое значение системы приказов; существовали до 1802 г.

Ответ: _____.

30. Запишите пропущенный термин, о котором идет речь.

_____ - одна из повинностей зависимых крестьян, заключающаяся в выплате ренты землевладельцу и государству продуктами или деньгами.

31. Установите соответствие между терминами, понятиями и их определениями. К каждой позиции первого столбца подберите соответствующую позицию второго столбца.

Термины

Определения

А) секуляризация
нию усопших

1) языческий обряд, посвященный поминове-

Б) Семибоярщина

2) круг соратников Ивана IV

В) детинец

3) обращение церковной собственности в светскую

Г) тризна

4) переходное правительство в России,

образованное после свержения В. Шуйского.

5) укрепление внутри города вокруг княжеского двора.

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами.

Ответ:

А	Б	В	Г

32. Установите соответствие между государственными деятелями СССР и занимаемыми ими постами. К каждой позиции первого столбца подберите соответствующую позицию второго столбца.

Деятели

А) Ю.В. Андропов

Б) А.Н. Косыгин

В) М.А. Сулов

Г) А.А. Громыко

Посты

1) министр финансов

2) Председатель КГБ

3) Председатель Совета Министров

4) министр иностранных дел

5) Секретарь ЦК КПСС по вопросам идеологии

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами.

Ответ:

А	Б	В	Г

Примерная тематика эссе и рефератов

1. «Повесть временных лет» - важнейший источник по политическому развитию Киевской Руси.
2. Культура, общественная мысль и быт Киевской Руси.
3. «Русская Правда» - важнейший источник по социально-экономическому развитию Киевской Руси.
4. Культура русских земель в XII-XIII вв.
5. Культура и быт Руси второй половины XIV – XVI вв.
6. Русские земли в составе Великого княжества Литовского (конец XIII – начало XVI вв.)
7. Основные этапы закрепощения крестьян в России.
8. Учреждение патриаршества в России.
9. Русско-турецкие отношения в XVII веке.
10. Церковная реформа патриарха Никона: предпосылки, ход и последствия.
11. Культура России в XVII веке.
12. Русско-польские отношения в XVII – XVIII веках.
13. Преобразования Петра I в области культуры и быта.
14. Культура России в 30-50-е гг. XVIII века.
15. Культура и быт России во второй половине XVIII века.
16. Культура России в первой половине XIX века.
17. Культура России в пореформенный период (вторая половина XIX века).
18. Культура России в конце XIX – начале XX вв.
19. Первые преобразования советской власти в области образования.
20. Культура СССР в 20-30-х гг. XX века.
21. Культура СССР в послевоенный период (1945-1953 гг.).
22. Культура СССР в период «оттепели».
23. Культурные процессы в СССР во второй половине 60-х гг. – начале 80-х гг. XX века. Официальная идеология и инакомыслие.

24. Культура СССР в период «перестройки».
25. Основные тенденции развития культуры постсоветской России.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине (1 семестр)

Часть 1.

1. Отечественная история: предмет, объект, цель, задачи, функции.
2. Образование древнерусского государства. Дискуссии о возникновении государственности у восточных славян.
3. Политическое развитие Киевского государства.
4. Социально-экономическое развитие Киевской Руси.
5. Принятие христианства на Руси и его историческое значение.
6. Экономические и политические причины феодальной раздробленности Руси.
7. Объединение русских земель вокруг Москвы: предпосылки, этапы и их характеристика.
8. Борьба русских земель с иноземными захватчиками в XIII в.
9. Основные этапы борьбы русского народа с Золотой Ордой.
10. Реформы Ивана IV: цели, содержание, значение.
11. Опричнина: сущность, причины, последствия.
12. Внешняя политика Российского государства в 50-80-х гг. XVI в.
13. «Смутное время» в России: предпосылки, причины и последствия.
14. Борьба русского народа против польско-шведской интервенции: I и II ополчения.
15. Основные этапы закрепощения крестьян. Соборное уложение 1649 г.
16. Внутренняя политика Российского государства во второй половине XVII вв.
17. Городские восстания в 40-60-х гг. XVII века. Крестьянская война под предводительством С.Т. Разина.
18. Внешняя политика России во второй половине XVII в.
19. Россия в конце XVII – начале XVIII вв. Преобразования Петра I: предпосылки, цели, содержание и значение.
20. Внешняя политика России в первой четверти XVIII в.
21. Российская империя в середине XVIII в.: «дворцовые перевороты».
22. Внешняя политика России в середине XVIII в.
23. Внутренняя политика Российского государства во второй половине XVIII в.: политика «просвещенного абсолютизма» и административные реформы Екатерины II.
24. Крестьянская война под предводительством Е.И. Пугачева.
25. Основные направления и задачи внешней политики России во второй половине XVIII века.
26. Внутренняя и внешняя политика Павла I.
27. Внутренняя политика России в годы царствования Александра I: цели, этапы и итоги.
28. Деятельность М.М. Сперанского по преобразованию государственного управления России.
29. Внешняя политика Российского государства в первой четверти XIX в.
30. Отечественная война 1812 г.: причины, этапы и итоги.
31. Восстание 14 декабря 1825 г.: причины, итог и значение. Проекты декабристов о преобразовании государственного управления России.
32. Внутренняя политика России при Николае I.
33. Основные направления внешней политики России во второй четверти XIX века.
34. Крымская война 1853 – 1856 гг.: причины, ход, итоги.

Часть 2.

1. Отмена крепостного права в России: причины, подготовка и значение крестьянской реформы 1861 г.
2. Либерально-буржуазные преобразования 60-70-х гг. XIX в.: земская, судебная, военные реформы, изменения в области образования и печати.
3. Внешняя политика России в 60-70-х гг. XIX в.
4. Внутренняя политика Александра III. Контрреформы.
5. Внешняя политика России в 80-90-х гг. XIX в.
6. Подъем общественно-политического движения в России во второй половине XIX в.: русское народничество.
7. Основные направления внутренней политики России на рубеже XIX – XX вв.
8. Русско-японская война 1904 -1905 гг.: причины, ход и итоги.
9. Первая российская революция: причины, характер, этапы, итоги и значение.
10. Российские политические партии начала XX в. и их программы.
11. Российская государственность в начале XX в.
12. Социально-экономическое развитие России в начале XX столетия.
13. Столыпинская аграрная реформа: цели, сущность и результаты.
14. Внешняя политика Российской империи в начале XX в.
15. Россия в годы Первой мировой войны. Отношения к войне различных политических партий.
16. Февральская революция 1917 года: причины, характер, итоги и значение.
17. Россия от Февраля к Октябрю. Отречение Николая II от престола. Сущность двоевластия.
18. Октябрьский революционный переворот 1917 г.: причины, сущность, итоги и значение.
19. Первые мероприятия советской власти. Политика «военного коммунизма»: сущность и последствия.
20. Советская Россия в годы гражданской войны и иностранной интервенции.
21. Внутрипартийная борьба за власть в советском руководстве в 20-х г. XX в.: причины, этапы и итоги.
22. Образование СССР: причины, проекты объединения и значение.
23. Новая экономическая политика: цели, характерные черты и результаты.
24. СССР во второй половине 20-х г. XX в. Курс на индустриализацию и коллективизацию: причины, задачи и последствия.
25. Основные направления внешней политики СССР в 20-е годы XX в. и их характеристика.
26. Политическое развитие СССР в 30-х г. XX в.
27. Внешняя политика СССР в 30-х гг. XX в.
28. Международная обстановка накануне Второй мировой войны.
29. Великая Отечественная война: основные этапы и их характеристика.
30. Государственное управление в СССР в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.).
31. Международные отношения в годы Великой Отечественной войны.
32. Мир после окончания Второй мировой войны. Начало «Холодной войны».
33. Смерть И.В. Сталина и внутрипартийная борьба за власть между его преемниками. XX съезд КПСС: от сталинского режима к хрущевской «оттепели».
34. Политическое и социально-экономическое развитие СССР в период «хрущевской оттепели».
35. Внешняя политика СССР в середине 50 – начале 60-х гг. XX в.
36. Внутренняя политика СССР в период постсталинизма (1964-1985 гг.).
37. Противоречия экономического развития Советского государства в годы правления Л.И. Брежнева.

Хозяйственные реформы середины 60-х гг.: цели, сущность и результаты. Тенденции индустриального и аграрного развития СССР.

38. Внешняя политика СССР в середине 60-начале 80-х гг. XX в.
39. Последние годы существования СССР. Политика «перестройки»: причины, цели, сущность и итоги.
40. Основные направления и принципы внешней политики СССР во второй половине 80-х гг. XX в.
41. Обострение социально - политических противоречий и межнациональных конфликтов на рубеже 80-90-х гг. XX в. Распад СССР и образование СНГ.
42. Становление новой российской государственности (1993-1999 гг.).
43. Внешняя политика России в 90-х г. XX в. – начале XXI в.
44. Приоритетные направления и задачи внутривнутриполитического развития Российского государства на рубеже XX – XXI вв.

Примерные вопросы к экзамену по дисциплине (2 семестр)

1. Октябрьский революционный переворот 1917 г.: причины, сущность, итоги и значение.
 2. Первые мероприятия советской власти. Политика «военного коммунизма»: сущность и последствия.
 3. Советская Россия в годы гражданской войны и иностранной интервенции.
 4. Внутрипартийная борьба за власть в советском руководстве в 20-х г. XX в.: причины, этапы и итоги.
 5. Образование СССР: причины, проекты объединения и значение.
 6. Новая экономическая политика: цели, характерные черты и результаты.
 7. СССР во второй половине 20-х г. XX в. Курс на индустриализацию и коллективизацию: причины, задачи и последствия.
 8. Основные направления внешней политики СССР в 20-е годы XX в. и их характеристика.
 9. Политическое развитие СССР в 30-х г. XX в.
 10. Внешняя политика СССР в 30-х гг. XX в.
 11. Международная обстановка накануне Второй мировой войны.
 12. Великая Отечественная война: основные этапы и их характеристика.
 13. Государственное управление в СССР в годы Великой отечественной войны (1941-1945 гг.).
 14. Международные отношения в годы Великой Отечественной войны.
 15. Мир после окончания Второй мировой войны. Начало «Холодной войны».
 16. Смерть И.В. Сталина и внутривнутрипартийная борьба за власть между его преемниками. XX съезд КПСС: от сталинского режима к хрущевской «оттепели».
 17. Политическое и социально-экономическое развитие СССР в период «хрущевской оттепели».
 18. Внешняя политика СССР в середине 50 – начале 60-х гг. XX в.
 19. Внутренняя политика СССР в период постсталинизма (1964-1985 гг.).
 20. Противоречия экономического развития Советского государства в годы правления Л.И. Брежнева.
- Хозяйственные реформы середины 60-х гг.: цели, сущность и результаты. Тенденции индустриального и аграрного развития СССР.
21. Внешняя политика СССР в середине 60-начале 80-х гг. XX в.
 22. Последние годы существования СССР. Политика «перестройки»: причины, цели, сущность и итоги.
 23. Основные направления и принципы внешней политики СССР во второй половине 80-х гг. XX в.
 24. Обострение социально - политических противоречий и межнациональных конфликтов на рубеже 80-90-х гг. XX в. Распад СССР и образование СНГ.

	<p>25. Становление новой российской государственности (1993-1999 гг.).</p> <p>26. Внешняя политика России в 90-х г. XX в. – начале XXI в.</p>
--	---

Б1.Б.3
Иностранный язык

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос, задания по чтению, тесты после каждого раздела.

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- Извлечение информации при чтении художественной литературы с последующей ее передачей на иностранном / или русском языке
- Подготовка сообщения по теме
- Письменный перевод текста соответствующего профиля обучения.

При оценивании учитываются лексические и грамматические ошибки, их влияние на общее понимание текста.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 1, 2-ом семестрах и экзамена в 3-ем семестре (очная форма обучения) и 2, 3 сессия – зачеты, 5 сессия - экзамен. Объектом контроля являются коммуникативные умения во всех видах речевой деятельности, ограниченные тематикой и проблематикой изучаемых разделов курса.

Текущий контроль

Примерные вопросы для проведения текущего контроля

После каждой изученной темы студенты подготавливают и отвечают наизусть сочинения по соответствующим тематикам/:

Aboutmyself/My friend

Myfamily

Domestic chores/ Daily routine

My Hobby

Art

Music

Food

Travel

Education

Hobby

Holidays

TV

Примеры тестовых заданий

1. Mary and John _____ to the theatre last Saturday.

A) didn't went B) don't go C) didn't go

2. He had breakfast _____ ago.

A) this morning B) three hours C) 7.30 a.m.

3. The buildings in Rome are _____ the buildings in Washington.

A) older than B) more older than C) much old than

4. This restaurant is very, very good. It's _____ restaurant in Moscow.

A) the better B) the good C) the best

5. _____ did you buy your anorak?' 'At a store in town.'

A) When B) Why C) Where

6. Jim _____ to Athens.
 A) has never been B) has ever been C) hasn't never been
7. My favourite sport ... handball.
 A) Are B) is C) be
8. My favourite sport ... handball.
 A) are B) is C) be
9. This postcard is for Jim. Give it to ...
 A) him B) he C) his
10. He often ... fish because it's good for him.
 A) eats B) eat C) eates
11. She ... a letter now.
 A) write B) is writing C) writes
12. ... you help me with my homework, please?
 A) Will B) Do C) Are
13. London is ... than Boston.
 A) Nosiest B) noisy C) noisier
14. Paris is the ... city I've ever seen.
 A) beautiful B) more beautiful C) most beautiful
15. Are you _____ English teacher?
 A) Maria B) Marias' C) Maria's
16. Bob will meet _____ at the airport.
 A) us B) we C) our
17. _____ a bus stop near my flat.
 A) It's B) Here's C) There's
18. Kamal has got a holiday home near _____ sea.
 A) a B) the C) some
19. Peter has two ...
 A) child B) children C) childrens
20. There are many ... in the library.
 A) dictionary B) dictionarys C) dictionaries
21. This is my ... car and this is my ... house.
 A) Parents', brothers B) Parents', brother's C) Parent's, brother's
22. The train is ... than the horse.
 A) Faster B) More fast C) More faster
23. He reads ... than this girl.
 A) More bad B) Worse C) More worse
24. ... are you late again?
 A) Where B) When C) Why
25. ... to listen to classic music?
 A) Who likes B) Who does like C) Who like
26. ... have this book, please?
 A) I may B) Can I to C) Can I
27. Oh, no, you ... take these magazines!

A) mustn't B) must C) mayn't

28. He ... come yesterday.

A) could B) can C) must

29. His new book ... in every book shop in the town.

A) Is sold B) Has sold C) Sold

30. The Arabic language ... in Turkey.

A) Not spoken B) Don't spoken C) Isn't spoken

Тематика устных высказываний, презентаций

1. Портрет современной семьи страны изучаемого языка.

2. Особенности характера представителя страны изучаемого языка.

3. Мое любимое время года.

4. Проблема свободного времени и его проведение.

5. Современная музыка.

6. Что я думаю о путешествии?

7. Мой любимый праздник.

8. Обычаи и традиции страны изучаемого языка, которые мне нравятся.

9. Как современные телекоммуникации влияют на жизнь людей.

10. Современное искусство.

11. Моя будущая профессия.

12. Трудоустройство.

13. Мое резюме.

Промежуточная аттестация

Вопросы к зачету по дисциплине «Иностранный язык»

Письменная часть:

1. Лексико-грамматический тест - по материалам изученных модулей (45 минут).

2. Письменный перевод - аутентичный текст объемом 1000 – 1600 печ.зн. время 45–50 минут.

Устная часть:

1. Монологическое высказывание по одной из изученных тем. Не менее 20 предложений.

2. Чтение текста с кратким изложением прочитанного на иностранном языке (1200-2000 знаков, время на подготовку – 20-30 минут).

3. Коммуникативное задание по выбору преподавателя.

Вопросы к экзамену по дисциплине «Иностранный язык»

Итоговый контроль по завершении всего курса обучения в конце третьего семестра осуществляется в форме экзамена, включающего проверку качества сформированности умений.

Письменная часть:

1. Лексико-грамматический тест по материалам изученных разделов. - 90 минут.

2. Письменный перевод текста по изученной тематике объемом 1500 п.зн. за 45 минут.

Устный часть:

1. Устная речь – Высказывание в объеме 15-20 предложений по одной из изученных тем.

1.1 Моя профессиональная сфера

1.2 Выдающиеся личности данной профессиональной сферы.

1.3 Моя будущая профессия

	<p>2. Чтение незнакомого иноязычного текста с кратким изложением прочитанного на иностранном языке. Объем – 10-15 предложений. Время для подготовки к ответу– 60 минут.</p>
<p>Б1. Б.4 Русский язык и культура речи</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос; • практические задания. <p><i>Рубежный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устные ответы, контрольные работы; • проверка выполнения самостоятельной работы студентов, направленной на усвоение и закрепление полученных знаний, умений и навыков. <p><i>Промежуточный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине в форме зачета и экзамена.</p> <p><i>Текущий контроль</i> Примерные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Грамматические нормы русского языка – имя существительное. 2. Грамматические нормы русского языка – имя прилагательное. 3. Грамматические нормы русского языка – местоимение 4. Грамматические нормы русского языка – имя числительное. 5. Грамматические нормы русского языка – глагол. 6. Синтаксические нормы русского языка – сложные случаи согласования. 7. Синтаксические нормы русского языка – сложные случаи управления. 8. Нормы произношения. 9. Особенности русского ударения. 10. Синонимы и их особенности. 11. Антонимы и их особенности. 12. Паронимы и их особенности. 13. Омонимы и их особенности. 14. Профессионализмы и их употребление. 15. Диалектизмы. Понятие о говоре.

16. Жаргоны и жаргонизмы.
17. Неологизмы в русском языке XX–XXI века.
18. Виды фразеологизмов в русском языке.
19. Риторика и ее отношение к культуре речи.
20. Образные средства русского языка.
21. Ораторское искусство. Правила создания публичного доклада.
22. Межстилевые жанры в системе стилей русского языка.
23. Типы речи (повествование, описание, рассуждение).
24. Точность как качество грамотной речи.
25. Правильность как качество грамотной речи.
26. Логичность как качество грамотной речи.
27. Чистота как качество грамотной речи.
28. Уместность как качество грамотной речи.
29. Выразительность и богатство как качество грамотной речи.
30. Литературный язык как высшая форма существования языка.
- 31.

Примерные тестовые задания для проведения текущего контроля для проведения текущего контроля

1. МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ НОРМЫ

2. Выберите вариант, который содержит только существительные женского рода.	3. цеце, авеню, бенгали, салями.
	4. гну, пани, кольраби, мадам.
	5. кофе, Сочи, интервью, лед .
6. Выберите вариант, который содержит только существительные мужского рода.	7. пенальти, урду, торнадо, маэстро.
	8. кабальеро, крупье, амплуа, кюре.
	9. пальто, иваси, шимпанзе, клише.
10. Выберите вариант, который содержит только существительные среднего рода.	11. какао, кафе, месье, сулгуни.
	12. контральто, рагу, кашне, Онтарио.
	13. сирокко, такси, эсперанто, Тбилиси.
14. Выберите вариант, который содержит только несклоняемые имена собственные.	15. Жорж Санд, Дурново, Шевченко, Франсуа Рабле.
	16. Джон Смит, Джанни Версаче, Микеланджело Антониони, Долгих.
	17. Ли Бо, Чарльз Дарвин, Дюма, Антонио Страдивари.
18. Выберите вариант, который содержит только те существительные мужского рода, которые в Р.п. ед.ч. могут иметь в разговорной речи падежные окончания –у (–ю).	19. горох, коньячок, ки ограмм, размах.
	20. сахар, станок, компьютер, перец.
	21. кипяток, иноград, суп, шум.
22. Выберите вариант, который содержит только существительные мужского рода, у которых в П.п.	23. дом, шаг, тенор, стол.
	24. бой, отпуск, дуб, край.

ед.ч. возможны сразу два варианта окончания: –е и –у(–ю).	25. сад, берег, сок, цемент.
26. Выберите вариант, который содержит только существительные мужского рода, у которых в И.п. мн.ч. возможны сразу два варианта окончания: –а(–я) и –ы 27. (–и) во всех стилях речи.	28. образ, хлеб, лагерь, корпус.
	29. бухгалтер, торт, орден, пояс.
	30. договор, фронт, шофёр, мех.
31. Выберите вариант, содержащий только существительные, у которых в Р.п. мн.ч. в книжной речи является нормой окончание –овили –ев.	32. партизан, георгин, сапёр, грамм.
	33. минёр, носок, монгол, устье.
	34. комментарий, маслина, апельсин, платье.
35. Выберите вариант, содержащий только существительные, у которых в Р.п. мн.ч. в книжной речи нормой является окончание –ей.	36. корневище, пустыня, гость, монахиня.
	37. распря, бредня, ружьё, судья.
	38. богиня, армянин, подмасьере, грабли.
39. Выберите вариант, содержащий только существительные, у которых в Р.п. мн.ч. в книжной речи нормой является нулевое окончание.	40. погоня, хранилище, батут, святыня.
	41. басня, яблоко, брюки, ампер.
	42. башня, чулок, поднебесье, манжета.
43. Выберите вариант, который содержит только аббревиатуры мужского рода.	44. КНР, МГУ, ТАСС, ГАЗ.
	45. США, БАМ, РОНО, РФ.
	46. ДК, МХАТ, КГИК, НИИ.
47. Выберите вариант, который содержит только книжные формы прилагательных.	48. сильнее, веселей, более высокий, мудрее.
	49. вражеский, красивее, высочайший, интереснее.
	50. отцов, легчайший, слаще, здоровей.
51. Выберите вариант, в котором все формы прилагательных образованы правильно в книжной речи.	52. длиннее, бойче, звонче, слаще.
	53. слаже, бойчее, красивее, короче.
	54. богаче, длиннее, звончее, хитрее.
55. Выберите вариант, в котором предложение образовано неправильно.	56. Этот дом более высок и красивый.
	57. Нет ничего прекраснее морозного зимнего утра!
	58. Думаешь, Анна моложе Веры?
59. Выберите вариант, в котором нужно заменить существительное, стоящее после числительного.	60. Они привезли в Магадан 5 тонн овощей.
	61. Во время поездки туристы осмотрели 4 собора в Санкт-Петербурге.

		62. Прошло 22 суток.
63. Выберите вариант, в котором числительное, стоящее перед существительным, выбрано неправильно.		64. Оба мальчика всегда носились к отчиму как к родному отцу.
		65. Четверо офицеров показались на пл ^ю щ ^у .
67. Выберите все возможные варианты, в которых числительное, стоящее перед существительным, выбрано неправильно.		66. На скамейке перед институтом сидели три девушки.
		68. Денег на покупку машины не было у обоих пенсионеров.
71. Выберите все возможные варианты, в которых неправильно употребляются существительные в сочетании с дробными числительными		69. Обе часы сломались.
		70. У обоих братьев-близнецов жены тоже были близнецами.
		72. 34,5 процентов
75. Выберите все возможные неправильные варианты склонения числительных в книжной речи.		73. 1,5 километра
		74. 67, 8 секунд
		76. тысячей девятыюстами семьюдесятью тремя километрами
79. Выберите все возможные варианты неправильного образования предложений.		77. с четыреста тридцатью рублями
		78. на семистах восьмидесяти пяти страницах
		80. Студенчество доказало, что они могут самостоятельно принимать судьбоносные решения.
83. Выберите все возможные варианты неправильного образования предложений.		81. Даже не знаю, куда можно положить свои книги...
		82. Наш друг, он замечательный человек.
		84. Я попросил студента принести к себе диссертацию Иванова.
87. Выберите вариант, в котором все формы глаголов носят просторечный характер.		85. Вернувшись, я обнаружил Сергея в своей комнате.
		86. Редактор попросил писателя вспомнить свои замечания.
		88. выздоровлю, опостылеешь, мучаешь, обуславливает.
		89. рыскают, уполномачивать, опротивят, колыхает.

		90. подытоживает, сосредотачивать, машут, полощут.
	91. Выберите вариант, в котором все формы глаголов образованы согласно нормам современного литературного языка.	92. взглянь, откупори, высунь, дои.
		93. п ложь, виждь, подымают, кудахтает
		94. поезжай, уведоь, закупорь, пойди
	95. Выберите вариант, в котором все глаголы в 1 лице. ед. ч. наст./буд. вр. имеют лакуны.	96. победить, тузить, окружать, галдеть.
		97. пылесосить, умертвить, очутиться, вечереть.
		98. дерзить, басить, носить, шк дить.
	99. Выберите вариант, в котором все формы повелительного наклонения глаголов образованы правильно.	100.положить – положь, лезть – лезтье.
		101.ехать – поезжайте, лечь – лягте.
		102.класть - кладь, лазить – лазь.
103.СИНТАКСИЧЕСКИЕ НОРМЫ		
	104.Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в согласовании подлежащего и сказуемого.	105.Большинство депутатов голосовали против принятия нового законопроекта.
		106.Большинство участников конгресса в своих докладах о преподавании русского языка высказали мнение, что эти занятия целесообразно проводить на первом курсе
		107.Подавляющее большинство населения голосовали за этого кандидата.
	108.Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в согласовании подлежащего и сказуемого.	109.На ремонт балкона ушли два мешка емента.
		110.До конца пары оставалось пятнадцать минут.
		111.На выполнение работы понадобилось шесть месяцев.
	112.Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в согласовании подлежащего и сказуемого.	113.Тридцать два человека делали одно и то же дело.
		114.Лаборанту помогали двое студентов-биологов.
		115.При школе состояли два фельдшера.
	116.Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в согласовании подлежащего и сказуемого.	117.На небе сиял миллиард звезд.
		118.За все уплачено двести соро один рубль сорок копеек.
		119.Все двадцать одна страница переписана заново

	120. Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в согласовании подлежащего и сказуемого.	121. Два года спокойной жизни полностью изменили его характер.
		122. Пошло три года.
		123. Пробили одиннадцать часов, и по подоконнику сразу же мелко застучали капли дождя.
	124. Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в согласовании подлежащего и сказуемого.	125. У графа Безухова была сотня слуг.
		126. Четверка друзей снова били вместе.
		127. Пара гнедых лошадей неслась по узкой улице.
	128. Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в согласовании подлежащего и сказуемого.	129. Ни одна кошка или кот не могла быть допущена в дом Анны Ивановны.
		130. На стене висел пейзаж и натюрморт.
		131. Как литература, так и музыка важны в развитии культуры личности.
	132. Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в согласовании подлежащего и сказуемого.	133. Зеленела рожь и пшеница.
		134. Роман или большая повесть печатаются местным издательством приблизительно три раза в месяц.
		135. Не то туман, не то дым окутывали овраг.
	136. Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в согласовании подлежащего и сказуемого.	137. И ты, и она выполняете работу в срок, но не слишком аккуратно.
		138. Каждая встреча, каждая беседа, каждый спор с этим человеком убеждают меня в его гениальности.
		139. В душе его боролись желание как можно скорее забыть о брате и стремление помочь ему.
	140. Выберите из всех вариантов предложение со слабым управлением.	141. В других работах подобного рода таблицы не публикуются.
142. Она перечитывала письмо к матери.		
143. Лицо у девушки побледнело.		
144. Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в управлении.	145. Им было приказано открыть огонь по противнику, части которого располагались в соседнем лесу.	
	146. Они говорили за последнюю статью в "Комсомольской правде".	

		147.Между ними разгорелся спор.
148.Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в управлении.		149.Она довольно долго жила на квартире у брата.
		150.Охранник со всей силы ударил нападавшего кулаком по лбу.
		151.Коммивояжер часто ездил по городам, предлагая покупателям свои товары.
152.Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в управлении.		153.Бедная старушка сильно горевала по сыну и еще больше поседела за этот год.
		154.Я страшно по вам соскучилась! Проходите, садитесь поскорее!
		155.По ним тоскуют, ждут их каждый день.
156.Выберите из предложенных вариантов те, в которых допущена ошибка в управлении.		157.Профессор написал рецензию о книге.
		158.Редактор издательства подготовила аннотацию на новую книгу.
		159.Студенты уплатили проезд в трамвае, когда кондуктор сделал им замечание.
160.Выберите из предложенных вариантов те, в которых допущена ошибка в управлении.		161.Трус дрожит только над своей жизнью и не дорожит больше ничем.
		162.Писатель смог реализовать свой замысел в конкретных образах.
		163.Дипломная работа свидетельствует эрудицию автора.
164.Выберите из предложенных вариантов те, в которых допущена ошибка в управлении.		165.Чтобы повысить профессиональный уровень специалистов, предприятие организовало трехнедельные учебные курсы.
		166.Характеристика работника была положительной.
		167.Для выполнения требований отмены увольнения работников предприятия была создана комиссия.
168.Выберите из предложенных вариантов те, в которых допущена ошибка в управлении.		169.Его интерпретация учения Бахтина близка к нашему пониманию.
		170.Благородная натура этого человека чужда таких недостойных чувств, как зависть и ревность.
		171.Она многим виновата передо мной.

	172. Выберите из предложенных вариантов те, в которых допущена ошибка в управлении.	173. Мы с братьями будем ждать поезда Москва – Краснодар завтра в семь часов.
		174. Весной мы трясем коврами во дворе, чтобы выбить пыль, накопившуюся в них за зиму.
		175. Осенью Семеныч промышлял охотой на лис.
	176. Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в управлении.	177. Участники совещания согласились о выделении дополнительных кредитов предприятиям малого бизнеса.
		178. Актуальность вопроса о соглашении о взаимном договоре была отмечена обеими сторонами.
		179. Аркадьев не сразу согласился с мнением оппонента.
	180. Выберите из предложенных вариантов тот, в котором допущена ошибка в управлении.	181. Воздаю должное вашему терпению!
		182. Проконсультировавшись у специалиста, она теперь знала, как ей действовать.
		183. Вы не могли бы помочь мне завязать узел на галстуке?
<p>184.</p> <p>185. Письменная работа по акцентологическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Русский язык и культура речи: сборник заданий для контрольных и самостоятельных работ. Краснодар, 2015. С. 4-5.</p> <p>186. Письменная работа по орфоэпическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Русский язык и культура речи: сборник заданий для контрольных и самостоятельных работ. Краснодар, 2015. С. 5-7</p> <p>187. Письменная работа по лексическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Русский язык и культура речи: сборник заданий для контрольных и самостоятельных работ. Краснодар, 2015. С.7-9.</p> <p>188. Письменная работа по лексическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Русский язык и культура речи: сборник заданий для контрольных и самостоятельных работ. Краснодар, 2015. С.9-12.</p> <p>189. Письменная работа (тест) по морфологическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Русский язык и культура речи: сборник заданий для контрольных и самостоятельных работ. Краснодар, 2015. С.13-25.</p> <p>190. Письменная работа (тест) по синтаксическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Русский язык и культура речи: сборник заданий для контрольных и самостоятельных работ. Краснодар, 2015. С.26-38.</p> <p>Тематика эссе, рефератов, презентаций</p> <p>Реферирование статьи А.А.Зализняка «О профессиональной и любительской лингвистике» (Журнал «Наука и жизнь», №1 и №2 за 2009): http://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/430720/O_professionalnoy_i_lyubitelskoy_lingvistike</p>		

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине (1 семестр)

1. Культура речи как научная и учебная дисциплина.
2. Понятия "язык" и "речь".
3. Устная и письменная речь.
4. Литературный язык. Элементы, не входящие в литературный язык.
5. Государственный язык (язык нации) и язык национальности.
6. Основные качества речи. Правильность (нормированность) как основное качество речи.
7. Точность как основное качество речи.
8. Логичность как основное качество речи.
9. Понятность как основное качество речи.
10. Содержательность как основное качество речи.
11. Чистота как основное качество речи.
12. Выразительность и богатство как основное качество речи.
13. Нормативный, коммуникативный и этический аспекты культуры речи.
14. Понятие языковой нормы и ее основные признаки.
15. Виды нормативных словарей.
16. Нормы обязательные (императивные) и нормы вариантные (диспозитивные).
17. Орфоэпические нормы. Произношение согласных.
18. Орфоэпические нормы. Произношение гласных.
19. Орфоэпические нормы. Произношение иноязычных слов.
20. Акцентологические нормы. Ударение в существительных.
21. Акцентологические нормы. Ударение в прилагательных.
22. Акцентологические нормы. Ударение в глаголах и их формах.
23. Акцентологические нормы. Ударение в иноязычных словах.
24. Лексические нормы. Образование синонимов.
25. Лексические нормы. Образование антонимов.
26. Лексические нормы. Использование паронимов.
27. Лексические нормы. Виды омонимов.
28. Лексические нормы. Русская фразеология.
29. Морфологические нормы.
30. Синтаксические нормы.
31. Русский язык 18-19 вв.
32. Русский язык советского периода и его характерные особенности.
33. Современная языковая ситуация в России.

Примерные вопросы к экзамену по дисциплине (2 семестр)

1. Происхождение и значение понятия «этикет». Виды этикета.
2. История этикетных формул.
3. Речевой этикет и речевые этикетные ситуации.
4. Особенности русского речевого этикета.

5. Межкультурные различия в речевом этикете.
6. Культура речи и понятие «риторика».
7. Риторика и оратор.
8. Древнегреческая риторика и риторы.
9. Ораторы Древнего Рима. Становление риторики в период Средневековья.
10. Развитие риторики в период Ренессанса.
11. Развитие риторики в период Нового времени.
12. Риторика в XIX в.
13. Развитие риторики в XX–XXI веках.
14. Стилистика и понятие "стиль речи". Жанры речи.
15. Основные признаки научного стиля речи.
16. Основные признаки официально-делового стиля речи.
17. Основные признаки публицистического стиля речи.
18. Основные признаки художественного стиля речи.
19. Основные признаки разговорного стиля речи.
20. Речевое событие и речевая ситуация как основополагающие понятия вербального взаимодействия.
21. Речевое взаимодействие как трехуровневая структура.
22. Подготовка публичного выступления. Основные части публичной речи и их особенности.
23. Проблема классифицирования изобразительных средств речи. Изобразительность и выразительность речи.
24. Словесные фигуры (прибавления и убавления, размещения и перестановки, фонетические и графические).
25. Виды тропов.
26. Речевые амплификации и их разновидности.
27. Экспрессивная стилистика и неспециальные средства изобразительности.
28. Изобразительные средства и доводы.
29. Виды и функции деловых документов.
30. Личные документы.
31. Служебные документы.
32. Распорядительные документы.
33. Административно-организационные документы.
34. Информационно-справочные документы.
35. Деловые письма.
36. Особенности устной деловой коммуникации. Языковые модели речевых ситуаций делового разговора.
37. Особенности делового телефонного разговора.
38. Способы, формы, типы и методы рекламы.
39. Язык рекламы. Основные принципы составления рекламного текста.
40. Жанры рекламы.

Б.1.Б.5 Безопасность жизнедеятельности

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

№ пп	Виды учебной работы по дисциплине в семестре	Норма баллов	
1.	Текущий и рубежный контроль	70 баллов	
1.1.	Посещение занятий:	За 1 зан.	Макс
	- лекционных.....	2 б.	16 б.
	- семинарских, практических.....	2 б.	20 б.
	Итого:	-	36
1.2.	Работа на семинарских, практических занятиях:	За 1 выст.	Макс.
	Участие в обсуждении	1-2	
	Выступление с кратким сообщением	1-4	
	Выступление с докладом	1-6	
	Выступление с докладом и презентацией	1-8	
	Хорошо выполненная практическая работа	1-2	
	Хорошо выполненная практическая работа с устным пояснением сделанного	1-	
	Итого:		Всего не более 16
1.3.	Выполнение заданий для самостоятельной работы:		
	Подготовка реферата	1-5	
	контрольные задания	1-3	
	Итого:		8
1.4.	Рубежный контроль	1-10	10
Итого: текущая аттестация за семестр			70 баллов
2.	Премиальные баллы	1-10	10
	участие в студенческой научной конференции	5	
	публикации и выступления в научных конференциях, олимпиадах.....	5	
	Итого:		10
3.	Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)		10-30 баллов
	Итого за учебную дисциплину	100 баллов	

Текущий контроль

Примерные вопросы для проведения текущего контроля

1. Предмет, задачи и методы научной дисциплины Безопасность жизнедеятельности.
2. Основные понятия, категории и положения учебной дисциплины.
3. Концепция приемлемого (допустимого) риска. Управление риском. Системный анализ безопасности. Методы анализа безопасности систем.
4. Основные классы принципов безопасности жизнедеятельности - ориентирующие и организационные.

5. Основные классы принципов безопасности жизнедеятельности – технические и управленческие. Методы обеспечения безопасности.
6. Понятие об индивидуальном и популяционном здоровье человека. Влияние факторов и условий окружающей среды на состояние здоровья человека.
7. Управление факторами среды. Человек как элемент системы - «человек- среда». Совместимость элементов системы «человек - среда».
8. Стресс как целесообразная защитная реакция организма человека и механизм активизации его адаптивных возможностей в экстремальных условиях.
9. Классификация форм психического напряжения. Факторы, повышающие напряжение.
10. Классификация социальных опасностей и их причины. Виды социальных опасностей.
11. Виды литосферных опасностей. Профилактические мероприятия.
12. Гидросферные и атмосферные опасности. Защитные мероприятия и сооружения.
13. Космические опасности. Астероиды и защитные ракетно-ядерные технологии. Солнечная радиация, её влияние на фотобиологические процессы. Способы защиты от солнечной радиации.
14. Способы защиты от возбудителей инфекционных болезней Бактериологическое нормирование. Дезинфекция и дезинсекция.
15. Механические опасности - вибрации, шум, инфразвук, ультразвук. Их физические характеристики, нормирование и защита.
16. Электрический ток. Действие тока на человека. Электрические травмы. Электрический удар. Электрический шок. Факторы, определяющие опасность поражения электрическим током. Технические способы и средства защиты.
17. Электростатическое напряжение. Защита от статического электричества.
18. Электромагнитные поля (ЭМП). Источники ЭМП и классификация электромагнитных излучений. Воздействие ЭМП на организм человека.
19. Факторы риска при работе с компьютерами и рекомендации для защиты от ЭМП при эксплуатации компьютеров.
20. Лазерное излучение. Классы лазеров, нормирование лазерного излучения, способы и меры защиты.
21. Неинтенсивные излучения оптического диапазона. Естественное и искусственное освещение. Нормирование и расчет освещенности.
22. Ионизирующее излучение. Биологическое действие ионизирующего излучения. Нормирование радиационной безопасности. Защита от ионизирующего излучения.
23. Природные системы и основные градации их состояния. Источники экологических опасностей. Тяжелые металлы и опасность их для здоровья человека. Пестициды - как наиболее опасная группа ядохимикатов.
24. Воздух как фактор среды обитания. Химический состав воздуха. Методы санитарно-химического анализа воздуха. Негативные последствия загрязнения атмосферы.
25. Международное сотрудничество в области безопасности жизнедеятельности и охраны окружающей среды.

Примерная тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Воздействие негативных факторов на человека и среду обитания.
2. Защита от естественных опасностей обеспечением комфортных условий жизнедеятельности.
3. Основные понятия и определения, причины возникновения и классификация ЧС.
4. Классификация ЧС мирного времени, природного характера и техногенного характера.
5. Характеристика ЧС военного времени.
6. Поражающие факторы чрезвычайных ситуаций военного времени.
7. Единая государственная система по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций.

8. Основные задачи РСЧС и история создания РСЧС
9. Структура РСЧС, координирующие органы РСЧС, органы повседневного управления РСЧС.
10. Актуальные вопросы обеспечения безопасности жизнедеятельности чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени.
11. МЧС России, история создания и задачи, решаемые структурой на современном этапе.
12. Права и обязанности граждан по защите от ЧС.
13. Предназначение и задачи гражданской обороны.
14. Силы ГО, структура ГО на объекте экономики (в институте).
15. Деятельность государства в области защиты от ЧС.
16. Организация инженерной защиты населения В ЧС.
17. Организация эвакуационных мероприятий при стихийных бедствиях, порядок проведения.
18. Травмирующие и вредные факторы на предприятиях отрасли
19. Организация работы по охране труда на предприятиях потребительской кооперации.
20. Безопасность технологических процессов и производств.
21. Техника безопасности при эксплуатации торгового оборудования.
22. Электромагнитная безопасность при работе с компьютерной техникой.

Примерные тестовые задания для проведения текущего контроля для проведения текущего контроля

Каждый вариант контрольного задания включает 25 тестовых вопросов, на каждый из которых предлагается несколько ответов. Студент должен указать только один правильный ответ и обвести его кружком.

Контрольное задание по дисциплине оценивается по 25-балльной системе с последующим переводом результатов выполнения тестовых заданий в оценку (2, 3, 4 или 5)

Время выполнения контрольного задания по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» 45 минут.

Установлена нижеследующая шкала перевода 25-балльной системы в 5-балльную:

- | | |
|-------------------------|------------------|
| 2 «неудовлетворительно» | - 0 – 12 баллов |
| 3 «удовлетворительно» | - 13 – 17 баллов |
| 4 «хорошо» | - 18 – 22 баллов |
| 5 «отлично» | - 23 - 25 баллов |

Вариант № 1

1. Федеральный закон "О безопасности" определяет понятие безопасности как:

- а) систему правовых, социально - экономических, научно - технических, санитарно гигиенических и других мер, направленных на обеспечение жизненно важных интересов личности, общества и государства;
- б) область научных знаний, в которой изучаются опасности, угрожающие человеку и природно-техногенной среде, закономерности их проявления, способы предупреждения и защиты от них;
- в) состояние защищенности человека, природной и техногенной среды;
- г) состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз;

2. Как называется наружная оболочка земли?

- а) биосфера
- б) гидросфера
- в) атмосфера
- г) литосфера

3. Разносторонний процесс человеческих условий для своего существования и развития – это?
- а) жизнедеятельность
 - б) деятельность
 - в) безопасность
 - г) опасность
4. Какие из ниже перечисленных высказываний относительно электрического тока являются верными:
- а) основным фактором, обуславливающим исход поражения электрическим током является полное электрическое сопротивление человека;
 - б) шаговое напряжение – это напряжение, возникающее при прохождении тока по пути – рука - ноги;
 - в) в зависимости от исхода поражения током электрический шок делится на четыре степени: I - судорожное сокращение мышц без потери сознания, II – сокращение мышц, потеря сознания, III – потеря сознания, нарушение сердечной деятельности или дыхания. IV – клиническая смерть;
 - г) наиболее опасны петли тока – голова-ноги, голова-руки;
5. Сколько функций БЖД существует?
- а) 2 б) 1 в) 3 г) 5
6. Все методы уничтожения микроорганизмов под воздействием высокой температуры называются:
- а) тиндализацией;
 - б) стерилизацией;
 - в) пастеризацией;
 - г) кипячением;
7. Мониторинг - это:
- а) деятельность по осуществлению независимых вневедомственных мероприятий, проводимых на основе договора и заключающихся в сборе и оценке информации о состоянии безопасности объекта или системы;
 - б) информационная система наблюдений, оценки и прогноза изменений в состоянии объекта, предназначенная для анализа информации и обеспечения ею заинтересованных организаций и населения;
 - в) автоматизированная система сбора, обработки, хранения и передачи информации заинтересованным организациям и населению;
 - г) составная часть экспертизы;
8. Производственный контроль в области безопасности осуществляют следующие органы:
- а) органы прокуратуры;
 - б) объединения граждан;
 - в) Министерства и ведомства;
 - г) профсоюзы;
9. Безопасность – это?
- а) состояние деятельности, при которой с определённой уверенностью исключается проявление опасности
 - б) разносторонний процесс создания человеческим условием для своего существования и развития
 - в) сложный биологический процесс, который происходит в организме человека и позволяет сохранить здоровье и работоспособность
 - г) центральное понятие БЖД, которое объединяет явления, процессы, объекты, способные в определённых условиях принести убытие здоровью человека.
10. Цель БЖД как науки
- а) безопасность
 - б) опасность

- в) риск
г) таксономия
11. Здоровье
а) наука, изучающая строение тела человека;
б) главная функция живой материи;
в) отражение психических функций человека;
г) полное физическое, психическое и социальное благополучие, и отсутствие болезней или физических дефектов;
12. Риск
а) номенклатура опасности;
б) количественная оценка опасности;
в) условия, при которых реализуются потенциальные опасности;
г) поиск причин.
13. Идентификация опасности
а) деятельность, связанная с повышенной опасностью для окружающих;
б) процесс превращения атомов и молекул в ионы;
в) процесс распознавания образа опасности, установление возможных причин, пространственных и временных координат, вероятности проявления, величины и последствий опасности;
г) последовательное достижение целей.
14. Если землетрясение застало Вас в дороге:
а) увеличьте скорость движения;
б) поставьте машину в укрытие;
в) выйдите из машины и займите ближайшее укрытие;
г) немедленно остановите машину.
15. Какие опасности относятся к техногенным?
а) геологические;
б) производственные аварии и катастрофы;
в) большой или маленький уровень грунтовых вод;
г) геофизические.
16. В России деятельность вулканов наблюдается в районах:
а) Сибири;
б) Северного Кавказа;
в) Южного Урала;
г) Камчатки и Курильских островов.
17. Одна из главных мер защиты от землетрясения
а) верхние этажи зданий;
б) не поддаваться панике;
в) подвальные помещения;
г) подземные сооружения.
18. Какие опасности классифицируются по происхождению?
а) антропогенные;
б) импульсивные;
в) кумулятивные;
г) биологические.

19. По времени действия негативные последствия опасности бывают?

- а) смешанные;
- б) импульсивные;
- в) техногенные;
- г) экологические.

20. Что относится к психическому раздражению?

- а) рассеянность, резкость, воображение;
- б) грубость, мышление, резкость;
- в) мышление, грубость, воображение;
- г) рассеянность, резкость, грубость.

21. Что обеспечивает защищённость человека от стресса?

- а) пространственный комфорт;
- б) тепловой комфорт;
- в) социально-психические потребности;
- г) экономические потребности.

22. Работоспособность характеризуется:

- а) количеством выполнения работы;
- б) количеством выполняемой работы;
- в) количеством и качеством выполняемой работы;
- г) количеством и качеством выполняемой работы за определённое время.

23. Переохлаждение организма может быть вызвано:

- а) повышением температуры;
- б) понижением влажности;
- в) при уменьшении теплоотдачи;
- г) при понижении температуры и увеличении влажности.

24. Землетрясения во сколько баллов не представляет особой опасности?

- а) 7; б) 1-6; в) 8; г) 9.

25. Ураган относится к опасностям в:

- а) литосфере;
- б) атмосфере;
- в) не относится к опасностям;
- г) гидросфере.

Вариант № 2

1. Структура правовой базы в области безопасности жизнедеятельности имеет следующий состав и иерархию:

- а) Конституция РФ - нормы международного права - федеральные законы - Указы президента РФ и Постановления Правительства РФ - общегосударственные нормативные документы - ведомственные акты - локальные нормы;
- б) нормы международного права - Конституция РФ - Указы президента РФ и Постановления Правительства РФ - федеральные законы - общегосударственные нормативные документы - ведомственные акты - локальные нормы;
- в) нормы международного права - Конституция РФ - федеральные законы - Указы президента РФ и Постановления Правительства РФ - общегосударственные нормативные документы - ведомственные акты - локальные нормы;
- г) нормы международного права - Конституция РФ - федеральные законы - Указы президента РФ и Постановления Правительства РФ - общегосударственные нормативные документы - локальные нормы;

2. Сколько функций БЖД существует?

- а) 2 б) 1 в) 3 г) 5
3. Живое вещество планеты называется:
- а) ноосферой;
 - б) биотой;
 - в) биосферой;
 - г) биосинтезом;
4. Водяной пар в атмосфере играет роль фильтра от:
- а) солнечная радиация
 - б) метеориты
 - в) гамма-излучение
 - г) солнечная энергия
5. Биосфера, преобразованная хозяйственной деятельностью человека – это?
- а) ноосфера
 - б) техносфера
 - в) атмосфера
 - г) гидросфера
6. Целью БЖД является?
- а) сформировать у человека сознательность и ответственность в отношении к личной безопасности и безопасности окружающих;
 - б) защита человека от опасностей на работе и за её пределами;
 - в) научить человека оказывать самопомощь и взаимопомощь;
 - г) научить оперативно ликвидировать последствия ЧС.
7. Что такое ноосфера?
- а) биосфера, преобразована хозяйственной деятельностью человека;
 - б) верхняя твёрдая оболочка земли;
 - в) биосфера, преобразована научным мышлением и её полностью реализует человек;
 - г) наружная оболочка земли.
8. Какая из оболочек земли выполняет защитную функцию от метеоритов, солнечной энергией и гамма-излучения?
- а) гидросфера
 - б) литосфера
 - в) техносфера
 - г) атмосфера
9. Разносторонний процесс человеческих условий для своего существования и развития – это?
- а) жизнедеятельность
 - б) деятельность
 - в) безопасность
 - г) опасность
10. Безопасность – это?
- а) состояние деятельности, при которой с определённой имоверностью исключается проявление опасности
 - б) разносторонний процесс создания человеческим условием для своего существования и развития
 - в) сложный биологический процесс, который происходит в организме человека и позволяет сохранить здоровье и работоспособность
 - г) центральное понятие БЖД, которое объединяет явления, процессы, объекты, способные в определённых условиях

принести убитие здоровью человека

11. Как называется процесс создания человеком условий для своего существования и развития?

- а) опасность
- б) жизнедеятельность
- в) безопасность
- г) деятельность

12. Какие опасности относятся к техногенным?

- а) геологические;
- б) производственные аварии и катастрофы;
- в) большой или маленький уровень грунтовых вод;
- г) геофизические.

13. Какие опасности классифицируются по происхождению?

- А) антропогенные
- Б) импульсивные
- В) кумулятивные
- Г) биологические

14. По времени действия негативные последствия опасности бывают?

- а) смешанные
- б) импульсивные
- в) техногенные
- г) экологические

15. К экономическим опасностям относятся?

- а) природные катаклизмы
- б) наводнения
- в) производственные аварии
- г) загрязнение среды обитания

16. Опасности, которые классифицируются согласно стандартам:

- А) биологические
- Б) природные
- В) антропогенные
- Г) экономические

17. Состояние, при котором потоки соответствуют оптимальным условиям взаимодействия – это?

- а) опасное состояние
- б) допустимое состояние
- в) чрезвычайно – опасное состояние
- г) комфортное состояние

18. Сколько аксиом науки БЖД вы знаете?

- а) 10 б) 5 в) 7 г) 4

19. Состояние, при котором потоки за короткий период времени могут нанести травму, привести к летальному исходу?

- а) опасное состояние
- б) чрезвычайно опасное состояние
- в) комфортное состояние
- г) допустимое состояние

20. В скольких %-ах причин аварии присутствует риск в действии или бездействии на производстве?

а) 70% б) 50% в) 90% г) 100%

21. Какое желаемое состояние объектов защиты?

а) безопасное

б) допустимое

в) комфортное

г) опасное

22. Ураган в 7 баллов характеризуется:

а) необычайно сильный, ветер ломает толстые деревья

б) очень сильный, людям тяжело двигаться против ветра

в) шторм, ветер сносит лёгкие строения

г) сильный шторм, ветер валит крепкие дома

23. Что относится к опасностям в гидросфере?

а) сильные заносы и метели

б) наводнения

в) схождения снежных лавин

г) оползни

24. При наших опасностях человек теряет возможность ориентироваться, теряет видимость?

а) ураган

б) землетрясение

в) снежные заносы и метели

г) оползни

25. Выберите верное утверждение:

а) шторм, ветер сносит лёгкие строения – землетрясение в 7 баллов

б) необычайно сильный, ветер ломает толстые стволы – ураган в 10 баллов

в) очень сильное, рушатся отдельные дома – землетрясение в 8 баллов

г) сильный шторм, ветер вырывает с корнем деревья, валит крепкие дома – ураган в 10 баллов.

Вариант № 3

1. Целью БЖД является?

а) сформировать у человека сознательность и ответственность в отношении к личной безопасности и безопасности окружающих;

б) защита человека от опасностей на работе и за её пределами;

в) научить человека оказывать самопомощь и взаимопомощь;

г) научить оперативно ликвидировать последствия ЧС.

2. Страхование - это:

а) выделение из бюджета денежных средств, предназначенных для возмещения ущерба, вызванного неблагоприятными событиями;

б) возмещения ущерба пострадавшему, вызванного неблагоприятными событиями, за счет средств виновного физического или юридического лица;

в) добровольное или обязательное отчисление средств физическими или юридическими лицами во внебюджетные фонды;

г) создание за счет денежных средств предприятий, организаций, граждан специальных резервных фондов, предназначенных для возмещения ущерба, вызванного неблагоприятными событиями;

3. Биосфера, преобразованная хозяйственной деятельностью человека – это?

- а) ноосфера
 - б) техносфера
 - в) атмосфера
 - г) гидросфера
4. Какое из высказываний о человеке является верным:
- а) основные параметры звуковых сигналов, уровень звукового давления и частоту человек субъективно воспринимает как высоту и громкость звука;
 - б) чихание является защитной реакцией организма;
 - в) человек воспринимает только три цвета – красный, зеленый, желтый;
 - г) температурная чувствительность свойственна только человеку.
5. Предельно допустимый выброс - это:
- а) концентрация вещества в отходящих газах, максимально допустимая к выбросу в атмосферу в единицу времени;
 - б) масса вещества в отходящих газах, максимально допустимая к выбросу в атмосферу;
 - в) концентрация вещества в отходящих газах, максимально допустимая к выбросу в атмосферу;
 - г) масса вещества в отходящих газах, максимально допустимая к выбросу в атмосферу в единицу времени.
6. Вредный производственный фактор - это:
- а) фактор, воздействие которого на работающего приводит к травме;
 - б) фактор, воздействие которого на работающего приводит к профзаболеванию;
 - в) понятие отменено новым (1999 г) ФЗ "Об основах охраны труда в РФ";
 - г) фактор химической и биологической природы.
7. Участки территории Российской Федерации, где в результате хозяйственной и иной деятельности происходят устойчивые отрицательные изменения в окружающей природной среде, угрожающие здоровью населения, состоянию экологических систем, генетических фондов растений и животных, называются:
- а) зоной чрезвычайной экологической ситуации;
 - б) урбанизированной территорией;
 - в) зоной экологического бедствия;
 - г) агломерацией.
8. Живое вещество планеты называется:
- а) ноосферой;
 - б) биотой;
 - в) биосферой;
 - г) биосинтезом.
9. По времени действия негативные последствия опасности бывают?
- а) смешанные;
 - б) импульсивные;
 - в) техногенные;
 - г) экологические.
10. Состояние, при котором потоки за короткий период времени могут нанести травму, привести к летальному исходу?
- а) опасное состояние;
 - б) чрезвычайно опасное состояние;
 - в) комфортное состояние;
 - г) допустимое состояние.
11. Что обеспечивает защищенность человека от стресса?

- а) пространственный комфорт;
 - б) тепловой комфорт;
 - в) социально-психические потребности;
 - г) экономические потребности.
12. Какие предприятия наиболее опасны при загрязнении почвенного покрова?
- а) предприятия пищевой промышленности;
 - б) предприятия медико-биологической промышленности;
 - в) предприятия цветной и чёрной металлургии;
 - г) предприятия бумажной промышленности.
13. Неожиданное освобождение потенциальной энергии земных недр, которая принимает форму ударных волн?
- а) землетрясение;
 - б) оползни;
 - в) ураган;
 - г) смерч.
14. При землетрясении в 11 баллов наблюдается:
- а) трещины в грунте;
 - б) горные обвалы;
 - в) катастрофа, повсеместные разрушения зданий изменяется уровень грунтовых вод;
 - г) трещины в земной коре до 1 метра.
15. К опасностям литосфере относятся:
- а) ураган;
 - б) смерч;
 - в) землетрясение;
 - г) наводнение.
16. Оползни могут привести и:
- а) появление трещин в грунте;
 - б) горным обвалом;
 - в) изменению уровня грунтовых вод;
 - г) повреждение трубопроводов, линий электропередач.
17. К опасностям литосфере относятся:
- а) ураган;
 - б) смерч;
 - в) землетрясение;
 - г) наводнение.
18. Циклон, в центре котором очень низкое давление, а ветер имеет большую скорость и разрушающую силу – это:
- а) ураган;
 - б) сходжение снежных лавин;
 - в) смерч;
 - г) оползни.
19. Что относится к опасностям в гидросфере?
- а) сильные заносы и метели;
 - б) наводнения;
 - в) сходжения снежных лавин;

- г) оползни.
20. При наших опасностях человек теряет возможность ориентироваться, теряет видимость?
- а) ураган;
б) землетрясение;
в) снежные заносы и метели;
г) оползни.
21. По времени действия негативные последствия опасности бывают?
- а) смешанные
б) импульсивные
в) техногенные
г) экологические
22. К экономическим опасностям относятся?
- а) природные катаклизмы
б) наводнения
в) производственные аварии
г) загрязнение среды обитания.
23. Здоровье
- а) наука, изучающая строение тела человека;
б) главная функция живой материи;
в) отражение психических функций человека;
г) полное физическое, психическое и социальное благополучие, и отсутствие болезней или физических дефектов;
24. Риск
- а) номенклатура опасности;
б) количественная оценка опасности;
в) условия, при которых реализуются потенциальные опасности;
г) поиск причин.
25. Идентификация опасности
- а) деятельность, связанная с повышенной опасностью для окружающих;
б) процесс превращения атомов и молекул в ионы;
в) процесс распознавания образа опасности, установление возможных причин, пространственных и временных координат, вероятности проявления, величины и последствий опасности;
г) последовательное достижение целей.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине:

1. Проблема: человек-природа-цивилизация.
2. Признаки глобального экологического кризиса.
3. Мировая динамика и национальная безопасность. Приоритеты национальных интересов.
4. Комплексный характер проблемы; социальные, медико-биологические, экологические, технологические и правовые аспекты.
5. Безопасность детей и женщин в современном обществе.
6. Негативные факторы естественного, антропогенного и техногенного происхождения. Взаимодействие человека со средой обитания.

7. Региональные аспекты взаимодействия человека со средой обитания (на примере Краснодарского края).
8. Опасности техносферы. Взаимодействие человека и техносферы. Электромагнитные и тепловые излучения, действие на организм человека и защита от них. Особенности лазерного излучения
9. Источники ионизирующих излучений (естественные и искусственные). Действие радиации на человека. Дозы облучения, нормы радиационной безопасности.
10. Токсические химические вещества. Антропогенные химические факторы. Классификация, поражающее действие АХОВ и меры безопасности. Бытовые отравления.
11. Биологически опасные и вредные факторы: патогенные микроорганизмы, растения и животные. Психофизиологические производственные факторы (эмоциональные перегрузки, монотонность труда, перенапряжение анализаторов).
12. Действие электрического тока на организм человека, основные правила защиты от поражения электрическим током. Правила электробезопасности.
13. Пожарная безопасность. Горючие вещества, их характеристика. Средства пожаротушения. Общие правила пожарной безопасности
14. Физиологические механизмы безопасности человека от негативных воздействий (стресс, адаптация, иммунитет).
15. Здоровый образ жизни. Рациональное поведение в опасных и чрезвычайных ситуациях. Роль государства в защите личности.
16. Нормативные правовые акты и инструктивные документы по вопросам безопасности и охраны труда в учреждениях культуры и искусств.
17. Правила безопасности в учреждениях культуры и искусств.
18. Взрывная и пожарная безопасность в учреждениях культуры и искусств. Организационные и технические профилактические мероприятия по предупреждению пожаров.
19. Источники ЧС. Опасности естественные и антропогенные.
20. Поражающие факторы источников ЧС. Поражающие факторы природного, техногенного, биолого-социального характера, их характеристика и особенности.
21. Предельно допустимые значения поражающих факторов при воздействии на человека.
22. Классификация ЧС.
23. ЧС природного и техногенного характера, их характеристика, причины возникновения.
24. Аварии на химически опасных объектах (ХОО) с выбросом аварийнохимически опасных веществ (АХОВ), классификация, фазы развития.
25. Аварии на радиационно-опасных объектах (РОО), поражающие факторы, радиационное воздействие на человека и природу, радиационная защита и профилактика.
26. Аварии на взрыво-пожароопасных объектах (ВПОО), классификация пожаров.
27. Аварии на транспорте, причины возникновения, правила поведения населения.
28. Аварии на коммунально-энергетических сетях (водоснабжение, канализация, газо- электро- и теплоснабжение).
29. Основные принципы предупреждения ЧС природного и техногенного характера. Федеральная целевая программа «Снижение рисков и смягчение последствий ЧС природного и техногенного характера в Российской Федерации до 2015 года».
30. ЧС экологического характера, причины возникновения. Изменения состояния суши, воздушной среды, гидросферы и биосферы.
31. ЧС биолого-социального характера. Массовые заболевания людей (эпидемии). Особо опасные инфекционные заболевания людей, животных, растений.
32. Конфликтные ЧС (антропогенные): терроризм, ЧС криминального характера, военные конфликты, экологические кризисы, экстремальная политическая борьба, социальные взрывы, национальные и религиозные конфликты,

	<p>широкомасштабная коррупция.</p> <p>33. Принципы и способы защиты. Комплекс мероприятий по защите населения от ЧС. Оповещение и режим защиты. Обеспечение населения и формирований ГО средствами защиты.</p> <p>34. Эвакуация населения в ЧС. Эвакоорганы.</p> <p>35. Укрытие людей в защитных сооружениях. Способы, продолжительность и условия укрытия людей.</p> <p>36. Классификация защитных сооружений. Назначение, общее устройство и требования к убежищам, противорадиационным и простейшим укрытиям.</p> <p>37. Средства индивидуальной защиты. Назначение, классификация и условия применения.</p> <p>38. Основы организации аварийно-спасательных работ (АСДНР) при ликвидации последствий ЧС: цель, решаемые задачи, условия проведения и содержание.</p> <p>39. Силы и средства, привлекаемые для выполнения АСДНР. Способы ведения аварийно-спасательных работ.</p> <p>40. Порядок и особенности ведения работ гражданскими организациями гражданской обороны (ГОГО) объекта.</p> <p>41. Культурные ценности, понятие. Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия.</p> <p>42. Организация, формы и методы обучения населения различных категорий действиям в ЧС.</p> <p>43. Виды и методика проведения занятий и учений. Формирование культуры личности безопасного типа, роль курса БЖД.</p> <p>44. Психологическая подготовка населения к действиям в ЧС.</p> <p>45. Вопросы безопасности жизнедеятельности в законах и подзаконных актах. Закон Российской Федерации «О безопасности», «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера», "О гражданской обороне". Постановление Правительства РФ «О единой государственной системе предупреждения и ликвидации ЧС».</p>
Б1.Б.6 Психология	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости по дисциплине производится в следующих формах: устный опрос, сообщения.</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Примерные вопросы для текущего контроля по дисциплине</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Психологию часто определяют как науку о душе, ориентируясь на дословный перевод этого слова с греческого. Объясните, как вы понимаете, что такое душа. Какие свойства, по вашему мнению, отличают душу от других предметов, существующих в мире? 2. В чем состоит разница между научной и житейской психологией? 3. Что такое тест? Какие тесты вы знаете? 4. Как вы представляете практическое использование знаний психологии в своей деятельности? 5. Какое место занимает психологическая наука в современном обществе России? 6. Виды наблюдения. 7. Может ли человек сам изменить свое сознание или его качества? 8. Основные функции психики. 9. Восприятие и его свойства. 10. Общие понятия о памяти, физиологические основы памяти. 11. Память и ее развитие. 12. Восприятие и его свойства.

13. Функции эмоций и чувств, их значение в жизни человека.
14. Волевая регуляция поведения человека и развитие воли.
15. Развитие способностей.
16. Пороги ощущений.
17. Внимание и его развитие.
18. Понятие «способностей», их структура и виды.
19. Характер, его физиологические основы.
20. Свойства темперамента.
21. Сознание и бессознательное.
22. Характеристика темпераментов.
23. Направленность личности.

Примерная тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Мышление как психический познавательный процесс и способы его активизации.
2. Теоретические основы изучения темперамента.
3. Развитие воли как способности к управлению поведением (дошкольный возраст).
4. Исследование памяти в отечественной и зарубежной психологии.
5. Исследование акцентуации характера в подростковом возрасте.
6. Темперамент и индивидуальный стиль деятельности.
7. Тревожность как психическое состояние.
8. Особенности внимания как психического процесса и его развитие.
9. Развитие произвольности в раннем онтогенезе.
10. Приемы и средства развития памяти человека.
11. Потребностно - мотивационная сфера личности.
12. Самооценка и ее измерение.
13. Механизмы саморегуляции личности.
14. Развитие творческих способностей учащихся начальной школы.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы для проведения зачета по дисциплине

1. Предмет и задачи психологии. Психология как наука.
2. Методы психологии.
3. Основные разделы психологии.
4. Общее понятие о личности человека. Структура личности.
5. Типы темперамента и их психологические характеристики.
6. Характер и его формирование.
7. Характеристика типов акцентуации характера.
8. Способности.
9. Понятие об ощущениях и его физиологической основе.
10. Основные свойства восприятия.
11. Общая характеристика внимания. Свойства внимания.
12. Память и ее виды.
13. Общая характеристика воображения.

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">14. Понятие о мышлении и классификация явлений мышления.15. Сознание. Структура сознания.16. Понятие о чувствах и эмоциях.17. Характеристика базовых эмоций человека.18. Конфликтные эмоциональные состояния (стресс, аффект, фрустрация).19. Воля, волевые качества личности.20. Ощущения.21. Характеристика познавательных процессов.22. Характеристика основных направлений в психологии (бихевиоризм, фрейдизм, гештальтпсихология, генетическая, когнитивная и гуманистическая психология, экзистенциальная психология).23. Общение и речь. |
|--|---|

Б1.Б.7 Предпринимательство и проектная деятельность

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- тестирование;
- устный опрос,
- подготовка рефератов, докладов, сообщений, презентаций

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 5 семестре и в форме экзамена в 6 семестре.

Текущий контроль

Примерные вопросы для проведения текущего контроля

1. Что такое предпринимательство?
2. Перечислите основные признаки предпринимательства.
3. Что такое производственное предпринимательство?
4. Назовите основные виды предпринимательской деятельности.
5. Охарактеризуйте деловую среду предпринимательства.
6. Какими качествами должен обладать предприниматель?
7. Какие ловушки подстерегают начинающих предпринимателей?
8. Как переплетаются личные и общественные интересы в бизнесе?
9. Какие основные элементы целесообразно рассматривать в предпринимательстве?
10. Перечислите основные этапы формирования предпринимательской идеи.
11. Что представляет собой выбор вида предпринимательской деятельности?
12. Что такое внутрифирменное предпринимательство?
13. Как классифицируются предприятия по форме собственности?
14. Что понимается под учредительными документами предприятия?
15. В чем состоят различия между юридическим и физическим лицом?
16. В чем сущность государственной поддержки предпринимательской деятельности?
17. Что включает в себя понятие «малый и средний бизнес»?
18. Что подразумевает под собой государственная поддержка малого предпринимательства?
19. Что включает в себя понятие «ответственность предпринимателей»?
20. В каких случаях возникает гражданская ответственность, а в каких административная ответственность предпринимателей?
21. В каких случаях возникает ответственность предпринимателей за нарушение антимонопольного законодательства?
22. Что такое налоговое правонарушение и какова ответственность за его совершение?
23. Что означает понятие «социальная ответственность бизнеса»?
24. Что такое внутренняя культурная среда предпринимательства?
25. Что включает в себя понятие «предпринимательская этика в бизнесе»?
26. Охарактеризуйте систему планирования предпринимательской деятельности.
27. Какие разделы включает бизнес-план предприятия?
28. Назовите основные причины неудач в предпринимательской деятельности.

29. Охарактеризуйте особенности проектирования в социально-культурной сфере.

30. Какие существуют типы проектов в социально-культурной сфере?

31. Что означает управление проектами?

32. Перечислите основные риски предпринимательства.

Примерные тестовые задания для проведения текущего контроля

1 Тестовые задания:

Тест 1. Предпринимательство – это:

- а) добровольная деятельность человека, который, пользуясь либо распоряжаясь экономическими благами, самостоятельно или с привлечением наемного труда, предпринимает меры по производству нового продукта с целью получения дохода;
- б) деятельность человека, направленная на максимизацию прибыли;
- в) принудительная деятельность экономического агента, нацеленная на получение прибыли и дохода путем эффективного сочетания ограниченных ресурсов;
- г) процесс создания предприятий, занимающихся экономической деятельностью для удовлетворения потребностей населения.

Тест 2. Целью предпринимательства является:

- а) получение прибыли;
- б) конечной целью является не столько прибыль, сколько непрерывность воспроизводственного процесса, связанного с воспроизводством спроса и удовлетворением постоянно меняющихся, постоянно возрастающих потребностей индивидуума или социальной группы, общества в целом;
- в) удовлетворение спроса населения;
- г) производство нового продукта в условиях риска.

Тест 3. Субъектами предпринимательской деятельности в Российской Федерации могут быть:

- а) граждане Российской Федерации;
- б) дееспособные граждане;
- в) несовершеннолетние граждане (при особых условиях);
- г) объединение граждан РФ;
- д) иностранные граждане;
- е) юридические лица, зарегистрированные в установленном порядке.

Тест 4. Учредительные документы, которые необходимо предоставить индивидуальному предпринимателю в орган регистрации:

- а) заявление, заполненное по установленной форме;
- б) заявление, написанное в произвольной форме;
- в) документ об уплате госпошлины;
- г) устав о предмете и сущности предпринимательской деятельности;
- д) сведения о наличии движимого и недвижимого имущества.

Тест 5. Основным условием развития предпринимательства является:

- а) научно обоснованное исследование деятельности предприятия;

- б) существование частной собственности;
- в) изучение психологического климата на предприятии;
- г) оценка эффективности развития отдельных подразделений предприятия.

Тест 6. Главные сферы предпринимательства - это:

- а) маркетинговая сфера;
- б) производственная;
- в) коммерческая;
- г) организационная;
- д) инновационная;
- е) финансовая;
- ж) сфера потребления.

Тест 7. Какой показатель является показателем эффективности предпринимательской деятельности:

- а) прибыль;
- б) рентабельность;
- г) срок окупаемости предпринимательского проекта.

Тест 8. Проект – это:

- а) деятельность по достижению нового результата в рамках установленного времени с учетом определенных ресурсов;
- б) часть бизнес-плана;
- в) раздел стратегии развития деятельности.

Тест 8. Бизнес-план включает следующие разделы:

- а) анализ кредитоспособности конкурентов;
- б) рыночные исследования и анализ сбыта;
- в) маркетинговый план;
- с) финансовый план.

Тест 9. Проектный менеджмент – это:

- а) процесс управления проектом в условиях ограниченности ресурсов;
- б) работа в проектной команде;
- в) деятельность, направленная на продвижение проекта на рынке.

Тест 10. Предприниматель – это:

- а) владелец организации, деятель экономики;
- б) организатор и руководитель бизнеса (экономической деятельности);
- в) лицо, имеющее свое дело в целях получения прибыли.

Тематика рефератов, докладов, сообщений, презентаций

1. Сущность предпринимательской деятельности и пути ее развития в России.
2. Развитие учения о предпринимательстве в XX веке.

3. Определение сущности предпринимательской деятельности в законодательных актах РФ.
4. Проблемы становления и тенденции развития современного российского предпринимательства.
5. Сущность и содержание деловой стратегии предпринимателя, действующего в условиях жесткой конкуренции.
6. Современные формы предпринимательства в РФ.
7. Виды предпринимательства.
8. Создание и регистрация частного (коллективного) предприятия.
9. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия .
10. Сферы деятельности и организационно-правовые формы частного предпринимательства.
11. Предпринимательство в современном мире.
12. Формы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в России.
13. Оценка эффективности деятельности предприятия (на примере конкретного предприятия).
14. Предпринимательство, формы и методы организации предпринимательства.
15. Система налогообложения предпринимателей в России.
16. Виды и формы страхования коммерческих рисков.
17. Инновационная деятельность как одно из основных направлений развития малого и среднего предпринимательства.
18. Равновесие предпринимательской фирмы.
19. Жизненный цикл предпринимательской организации.
20. Банкротство предприятий и организаций.
21. Кадровое обеспечение предпринимательских организаций.
22. Совершенствование мотивации труда у сотрудников коммерческого предприятия.
23. Роль руководителя в деятельности коммерческого предприятия.
24. Культура предпринимательства.
25. Экономическая безопасность предприятия.
26. Предприятие и основные параметры его хозяйственной деятельности.
27. Лизинг как форма предпринимательства.
28. Общая характеристика государственного регулирования предпринимательства в России.
29. Предпринимательский риск виды риска, оценка фактов и способы его минимизации.
30. Разработка бизнес-плана предприятия.
31. Реклама в предпринимательской деятельности.
32. Формирование инфраструктуры предпринимательства России, как основа экономического роста.
33. Этика в сфере современного предпринимательства.
34. Эстетико-этические принципы в развитии современного предпринимательства.
35. Стратегия проекта в социально-культурной сфере.
36. Управление сроками проекта в социально-культурной сфере.
37. Управление стоимостью проекта в социально-культурной сфере.
38. Управление рисками проекта в социально-культурной сфере.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине (5 семестр)

1. Предпринимательская деятельность: основная сущность, задачи и принципы.
2. Эволюция предпринимательской деятельности в России.
3. Современные организационные формы предпринимательской деятельности в России, их содержание и перспективы
4. Функции и факторы предпринимательской деятельности.
5. Виды предпринимательской деятельности и их содержание.
6. Сущность предпринимательской среды.
7. Понятие внешней предпринимательской среды, её элементы.
8. Основные составляющие внутренней предпринимательской среды
9. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности.
10. Права и обязанности предпринимателей.
11. Сущность малого предпринимательства и его роль в экономике.
12. Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства.
13. Государственная поддержка развития малого предпринимательства
14. Регистрация малого предприятия, процедура, основные документы и их содержание.
15. Упрощенная система налогообложения, учета и отчетности малого предприятия.
16. Современные организационно-правовые формы малых предприятий.
17. Особенности малого предпринимательства без образования юридического лица.
18. Этапы жизненного цикла малого предприятия.
19. Государственная регистрация собственного предприятия.
20. Механизм получения лицензии на осуществление предпринимательской деятельности.
21. Сущность и значение культуры предпринимательства.
22. Ответственность предпринимателей перед обществом.
23. Бизнес-план и его роль в развитии предпринимательства.
24. Виды бизнес-планирования.
25. Методика разработки бизнес-плана.
26. Методы и технические приемы, используемые в бизнес-планировании.
27. Структура бизнес-плана.
28. Влияние бизнес-проекта на деловую активность предприятия.
29. Описание предпринимательских рисков в бизнес-плане.
30. Классификация предпринимательских рисков.
31. Оценка потерь в связи с рисковыми ситуациями.
32. Пути снижения внешних предпринимательских рисков.
33. Пути снижения внутренних предпринимательских рисков.
34. Экономическая эффективность бизнес-планов.

Примерные вопросы к экзамену по дисциплине (6 семестр)

1. Понятие и основные характеристики проекта.
 2. Актуальность, цель и задачи проекта.
 3. Организационный план проекта.
 4. Жизненный цикл и фазы проекта.
 5. Типы проектов в социально-культурной сфере.
 6. Бизнес-модель проекта.
 7. Миссия (генеральная цель) и стратегия проекта.
 8. Исполнители и партнёры проекта. Целевая аудитория проекта.
 9. Стратегический анализ внешней и внутренней среды проекта.
 10. Процессы управления проектами: инициация, планирование, анализ, исполнение, управление и завершение проекта.
 11. Управление проектом по целям (SMART).
 12. Управление стоимостью проекта.
 13. Управление сроками проекта. Календарное планирование.
 14. Составление и контроль бюджета проекта.
 15. Управление человеческими ресурсами проекта. Типы проектных команд.
 16. Уровни принятия решений различными командами проекта. Матрица ответственности.
 17. Управление закупками проекта.
 18. Управление коммуникациями проекта. Планирование коммуникации.
 19. Определение заинтересованных сторон проекта.
 20. Понятие и критерии эффективности и результативности проектов.
 21. Факторы и виды эффективности и результативности проектов.
 22. Управление рисками и взаимодействием в проекте.
 23. Виды предпринимательского риска.
 24. Уровни, показатели и критерии риска.
 25. Методы оценки предпринимательского риска.
 26. Диверсификация эффективности и результативности проектов.
 27. Денежное обращение в России.
 28. Банковская система России.
 29. Основные формы кредита в России.
 30. Налоги и налоговые ставки в России. Уровни налогообложения и соответствующие им налоги.
 31. Общая система налогообложения (ОСНО) и специальные налоговые режимы (ЕНВД, УСНО, ЕСХН, ПСН).
 32. Страховые взносы во внебюджетные фонды РФ:
 33. Программы кредитования бизнеса.
- Практика налогообложения в России.

Б1. Б.8 Педагогика

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос,
- тесты,
- оценка выполнения самостоятельной работы.

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устные ответы,
- тестирование,
- оценка выполнения самостоятельной работы студентов.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта.

Текущий контроль

Примерные вопросы для проведения текущего контроля

1. Воспитание детей в семье.
2. Самовоспитание воли.
3. Эстетическое воспитание детей и подростков.
4. Профессиональная ориентация учащихся.
5. Проблемное обучение в школе.
6. Формы организации воспитания.
7. Мотивация учения как педагогическая проблема.
8. Педагогические инновации в сфере образования.
9. Личностно ориентированное обучение.
10. Игра как метод активизации учения.
11. Педагогическое общение.
12. Педагогические способности учителя.
13. Компьютеризация процесса обучения.
14. Новые информационные технологии в процессе обучения.
15. Экологическое образование в школе.
16. Нравственное воспитание личности в системе образования.
17. Педагогическая культура преподавателя.
18. Стимулирование интереса школьников в процессе обучения.
19. Диагностика и контроль в обучении.
20. Непрерывное образование.
21. Образование как общечеловеческая ценность.
22. Образование как социокультурный феномен.
23. Самообразование личности.

Примерные тестовые задания для проведения текущего контроля для проведения текущего контроля

1. Какая функция педагога является главной:
а) оценочная;

- б) организаторская;
- в) планирования;
- г) управления.

2. Идеальный педагог – это:

- а) учитель, ведущий процесс на образцовом уровне;
- б) абстрактный образ, позволяющий лучше понять цель подготовки учителя;
- в) учитель, стремящийся к образцовому порядку в классе;
- г) учитель, исповедующий определенные научные идеи.

3. Источник профессионального мастерства – опыт, который:

- а) накоплен педагогом в результате работы с учащимися;
- б) накоплен другими педагогами-новаторами;
- в) представлен в педагогической литературе;
- г) осмыслен и проанализирован педагогом.

4. Педагогика возникла:

- а) во второй половине XIX в.;
- б) в начале XX в.;
- в) в середине XVII в.;
- г) на рубеже XIX-XX вв.

5. Способ выполнения действий, ставший в результате упражнений автоматизированным, называется:

- а) умением;
- б) привычкой;
- в) навыком;
- г) операцией.

6. Первым методом психолого-педагогического исследования был:

- а) метод интроспекции (самонаблюдения);
- б) метод анкетирования;
- в) метод тестирования;
- г) метод опроса.

7. Обучение – это:

- а) передача знаний от учителя к ученику;
- б) организация самостоятельной учебной работы;
- в) процесс деятельности учителя, направленный на передачу ученикам знаний, умений и навыков;
- г) двусторонний процесс деятельности учителя и учеников, направленный на сознательное овладение системой знаний, умений, навыков.

8. Какая беседа будет являться методом научно-педагогического исследования:

- а) беседа классного руководителя о воспитании детей в семье;

- б) беседа учителя с опоздавшими на урок учениками;
- в) беседа с учениками о правилах поведения в общественных местах;
- г) беседа, в процессе которой выявляются эффективные приемы стимулирования интереса школьников к изучаемому материалу.

9. Какова направленность современной педагогики:

- а) гуманизация воспитания;
- б) трудовое воспитание;
- в) эстетическое воспитание;
- г) гуманитаризация воспитания.

10. В чем заключается целостность педагогического процесса:

- а) в том, что педагогический процесс не делится на составные части;
- б) в подчинении всех процессов, его образующих, главной, общей и единой цели – формированию всесторонне и гармонически развитой личности;
- в) в том, что процессы, образующие общий педагогический процесс, имеют много общего между собой;
- г) в том, что все процессы, образующие педагогический процесс, имеют общую методологическую основу.

11. Из перечисленных категорий выберите ту, которая не относится к категориям дидактики:

- а) воспитание;
- б) преподавание;
- в) альтернатива;
- г) цель.

12. Мотивация обучения – это:

- а) побуждение учащихся к активной учебной деятельности, продуктивному познанию содержания обучения;
- б) конкретная побудительная причина, вызывающая определенное действие обучаемого;
- в) отношение школьника к обучению;
- г) включенность обучаемого в учебный процесс.

13. Внутренняя мотивация начинается с:

- а) самоприказа;
- б) самооценки;
- в) самоанализа;
- г) самоодобрения.

14. Мотивировать учащихся можно:

- а) потребовав от учащихся внимания и сосредоточенности;
- б) если все время их хвалить;
- в) если делать замечания невнимательным;
- г) создавая ситуации поиска.

15. Метод обучения - это:

- а) исходные закономерности, которые определяют организацию учебного процесса;
- б) путь движения мысли от учителя к учащимся с целью передачи знаний последним;
- в) путь организации познавательной деятельности;
- г) способ сотрудничества учителя с учащимся.

16. В процессе педагогического взаимодействия между учителем и учеником складываются отношения:

- а) объект-объектные
- б) субъект-субъектные
- в) объект-субъектные
- г) субъект-объектные

17. Целенаправленное взаимодействие преподавателя и учащегося, в результате которого формируются знания, умения и навыки учащегося называются:

- а) воспитанием
- б) обучением
- в) развитием
- г) формированием

18. Создание условий для саморазвития и самореализации личности в гармонии с собой и обществом составляет цель:

- а) самовоспитания
- б) обучения
- в) авторитарного воспитания
- г) гуманистического воспитания

19. Какое из понятий самое «широкое», вбирающее в себя все остальные:

- а) мотивация
- б) образование
- в) самообразование
- г) обучение

20. Социализация – это:

- а) оказание помощи нуждающимся людям
- б) активное участие в жизни общества
- в) процесс усвоения человеком социальных норм, ценностей и типичных форм поведения
- г) борьба против общественного неравенства

21. Каким процессом является воспитание:

- а) стихийным
- б) внешним
- в) государственным
- г) целенаправленным

22. Способ организации познавательной деятельности – это:

- а) метод воспитания
- б) метод обучения
- в) метод научно-психологических исследований
- г) мотив

23. Какие факторы влияют на постановку цели воспитания:

- а) требования родителей
- б) потребности общества
- в) потребности производства
- г) возможности учителей и воспитателей

24. Особенности воспитательного процесса выражаются в нем:

- а) массовости
- б) содружестве с семьей
- в) многофакторности
- г) воспитании чувств

25. Современный ПК, снабженный дополнительными устройствами, позволяющими сочетать тексты с графикой, мультипликацией, звуковым сопровождением (многовариантная среда) называется ...:

- а) телекоммуникации
- б) мультимедиа
- в) информационным процессом
- г) микропроцессоры

26. Многократное выполнение учащимися определенных действий с целью выработки и совершенствования умений и навыков в учебной работе - это:

- а) упражнение
- б) научное исследование
- в) упорство
- г) действия

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине

1. Предмет и задачи педагогики.
2. Основные категории педагогики.
3. Отрасли педагогики.
4. Педагогика в системе наук о человеке.
5. Методология и методы педагогического исследования.
6. Теоретические методы педагогического исследования.
7. Эмпирические методы педагогического исследования.
8. Сущность процесса обучения.
9. Функции обучения.

	<ol style="list-style-type: none"> 10. Мотивация учения. 11. Этапы усвоения знаний в процессе обучения. 12. Основные компоненты процесса обучения. 13. Движущие силы процесса обучения. 14. Принципы обучения. 15. Цели и содержание образования. 16. Методы обучения, их классификация. 17. Методы организации и осуществления учебно-познавательной деятельности. 18. Методы стимулирования и мотивации учебной деятельности. 19. Методы контроля и самоконтроля в обучении. 20. Общая характеристика классно-урочной системы обучения. 21. Типы и структура уроков. 22. Планирование урока. 23. Анализ урока. 24. Индивидуальная, групповая и коллективная работа на уроке. 25. Специфика процесса воспитания. 26. Сущность процесса воспитания. 27. Содержание процесса воспитания. 28. Закономерности и принципы воспитания. 29. Методы воспитания, их классификация. 30. Характеристика методов организации деятельности школьников. 31. Характеристика методов стимулирования поведения школьников. 32. Характеристика методов формирования сознания школьников. 33. Формы воспитания. 34. 34. Закономерности процесса обучения. 35. 35. Образовательная система России. 36. 36. Характеристика средств обучения. 37. 37. Педагогический процесс как система и целостное явление. 38. Развитие и социализация личности в семье. 39. Цели и задачи образования. 40. Развитие личности в коллективе. 41. Принципы образовательной политики в РФ. 42. Управление образовательными системами. 43. Характеристика образовательных стандартов, учебных планов и программ. <p>Правовые основы семейного воспитания.</p>
Б1.Б.9 Основы права	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сообщение; - тестовые задания; - устный опрос. <p><i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной</p>

дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устный опрос,
- письменные индивидуальные задания

Текущий контроль

Примерные вопросы для проведения текущего контроля

1. Что такое правопонимание?
2. Какие теории правопонимания Вам известны?
3. По каким критериям формируется тип правопонимания?
4. Как Вы представляете современные подходы к определению сущности права?
5. Какая из теорий происхождения права Вам представляется наиболее убедительной и почему?
6. Какие этапы в становлении права Вы можете назвать?
7. Какие формы регулирования общественных отношений первобытнообщинного общества Вам известны?
8. Какая из теорий происхождения государства кажется Вам наиболее убедительной и почему?
9. Какова роль права в оформлении государственной власти?
10. В чем Вы видите назначение государства?
11. Какие из функций государства Вы считаете наиболее важными?
12. По каким основаниям можно классифицировать функции государства?
13. Существует ли зависимость между сущностью государства и его функциями?
14. Как Вы полагаете, имеются ли основания для отмирания государства как способа организации публичной власти?
15. Какая из типологий государства поддерживается Вами?
16. Что служит источником смены типов государств?
17. В чем Вы видите социальную роль государства?
18. Определите основные элементы формы Российского государства.
19. Существует ли зависимость между элементами форм государства?
20. Какие виды политического режима Вы знаете?
21. Сравните федеративное и унитарное государство с точки зрения их систем права
22. Назовите признаки правового государства?
23. Какие принципы правовой государственности заложены в Конституции Российской Федерации?
24. Найдите в нормативных правовых актах гарантии принципов верховенства закона и равенства всех перед законом.
25. Какие требования существуют для признания государства социальным?
26. Какова роль права в обеспечении деятельности гражданского общества?
27. Назовите основные институты гражданского общества.
28. Из каких элементов состоит правовая система?
29. Какие типы правовых систем Вы знаете?
30. Какие критерии лежат в основе правовых систем?
31. Какова роль источников права в формировании типа правовой системы?
32. Какие виды правомерного поведения Вы знаете?
33. Назовите признаки противоправного поведения.

34. Назовите элементы состава правонарушения.

35. По каким признакам выделяется юридическая ответственность из иных видов социальной ответственности?

Примерная тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Конституция РФ: основное содержание, права граждан России
2. Конституция РФ о политической системе и форме государства
3. Права и свободы человека и гражданина в России
4. Государственное устройство РФ: административно-территориальное деление, федеральные и региональные органы власти
5. Политика государства в области культуры
6. Административная ответственность граждан России
7. Образовательное право Российской Федерации. Закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»
8. Основные институты вещного права
9. Защита права собственности граждан России
10. Гражданско-правовой договор: сущность и содержание
11. Трудовой Кодекс РФ: назначение и основное содержание
12. Трудовой договор как правовая основа регулирования отношений между работником и работодателем
13. Трудовой Кодекс о трудовой дисциплине
14. Разрешение трудовых споров: правовые основания
15. Уголовный Кодекс РФ: содержание и основные понятия
16. Уголовная ответственность граждан России
17. Подзаконные нормативно-правовые акты
18. Право частной собственности граждан России
19. Административное право и его роль в формировании государства и гражданского общества
20. Виды административных наказаний и порядок их исполнения
21. Институт президентства в Российской Федерации: порядок избрания и полномочия Президента России
22. Законодательная власть в Российской Федерации и ее субъектах
23. Исполнительная власть в Российской Федерации и ее субъектах.
24. Правовые основы разграничения полномочий и предметов ведения между федеральными органами власти и субъектов РФ
25. Судебная власть в Российской Федерации: структура, виды судов, принципы судопроизводства
26. Институт усыновления в Российской Федерации: правовые основы
27. Органы муниципального управления в России: статус, порядок формирования и правовые основы

деятельности

Примерные тестовые задания для проведения текущего контроля для проведения текущего контроля

1. Какое краткое определение соответствует понятию «государства»?

- А) - это все окружающее правителя (государя);
- Б) - это форма организации общества, основной институт политической системы;
- В) - это единственный собственник всех средств производства.

2. Право возникло:

- А) - позже государства;
- Б) - раньше государства;
- В) - параллельно с государством.

3. Право – система норм:

- А) - установленная государством;
- Б) - одобренная народом;
- В) - предписанная свыше.

4. К какой части правовой нормы справедливо определение: «вид и мера наказания, если субъекты не выполнили предписания нормы, или поощрения за соблюдение рекомендуемых действий»?

- А) - гипотеза;
- Б) - диспозиция;
- В) - санкция.

5. Каково второе название конституционного права?

- А) - основное право;
- Б) - государственное право;
- В) - управленческое право.

6. Какой отрасли права соответствует определение: «Отрасль права, нормы которой регулируют формы и порядок организации и деятельности крестьянских и фермерских хозяйств, их выборных органов, межхозяйственных предприятий, организаций и их объединений»?

- А) - хозяйственное право;
- Б) - сельскохозяйственное право;
- В) - земельное право.

7. Какая самая, по общему мнению, объемная отрасль права?

- А) - административное право;
- Б) - уголовное право;
- В) - гражданское право.

8. Наказание по закону следует за:

- А) - намерениями, запрещенными по закону;
- Б) - действиями, запрещенными законом;
- В) - незнанием закона.

9. Когда принята ныне действующая конституция РФ?

- А) - 13 декабря 1992 года;
- Б) - 12 декабря 1992 года;
- В) - 12 декабря 1993 года.

10. Что такое «апатрид»?
- А) - то же самое, что и космополит;
 - Б) - иностранный гражданин;
 - В) - лицо без гражданства.
11. Что, по конституции РФ, является высшей ценностью государства?
- А) - процветание государства;
 - Б) - права человека;
 - В) - сохранение целостности и нерушимости государства и государственных границ.
12. Сколько субъектов федерации в РФ?
- А) - 99
 - Б) - 78
 - В) – 85
13. Граждане Российской Федерации имеют право участвовать в управлении делами государства:
- А) - непосредственно;
 - Б) - через своих представителей;
 - В) - обоими путями.
14. Все ли субъекты имеют право иметь собственную конституцию?
- А) - все;
 - Б) - только республики;
 - В) - только республики и области.
15. Конституция Российской Федерации имеет высшую юридическую силу и:
- А) - косвенное действие;
 - Б) - прямое действие;
 - В) - обратное действие.
16. Для чего нужен конституционный суд?
- А) - чтобы следить за точным и единообразным исполнением Конституции;
 - Б) - для толкования норм Конституции РФ и разрешения споров между органами власти РФ и ее субъектов;
 - В) - для обеспечения верховенства Конституции.
17. Отрицание значения права иначе можно назвать....
- А) - правовой нигилизм;
 - Б) - правовой абсентизм;
 - В) - правовой аскетизм.
18. Автор «Утопии»:
- А) - Монтескье;
 - Б) - Томас Мор;
 - В) - Джон Локк.
19. По отношению к какому компоненту права справедливо определение: «основные идеи, исходные положения или ведущие начала процесса формирования, развития и функционирования права»?
- А) - принцип права;
 - Б) - метод права;
 - В) - технология права.
20. Полная дееспособность в РФ наступает в возрасте:

- А) - 16 лет;
- Б) - 18 лет;
- В) - 21 года.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине

1. Этапы развития человечества.
2. Место и роль первобытнообщинного строя в истории человечества.
3. Переход от присваивающего типа хозяйства к производящему.
4. Происхождение семьи частной собственности.
5. Происхождение государства: экономические и социальные предпосылки.
6. Основные теории происхождения государства.
7. Понятие, признаки и функции государства.
8. Формы правления (монархия и республика).
9. Формы государственного устройства.
10. Политические режимы: демократические и тоталитарные.
11. Сущность современного государства.
12. Механизм государства.
13. Формационный и цивилизационный подходы к классификации государств.
14. Функции государства.
15. Понятие права.
16. Принципы права.
17. Функции права.
18. Система права.
19. Соотношение государства и права.
20. Правовое государство.
21. Конституция РФ 1993г.
22. Законодательные акты Российского государства (Правда Ярослава, Судебники Ивана III и Ивана VI, Уложение царя Алексея Михайловича, реформы Петра I и Александра II) Первые Конституции РСФСР.
23. Двоевластие 1991-1993г.
24. Указ Президента РФ Б. Ельцина №1400 от 21.09.93г. о роспуске Верховного Совета РФ (парламента) и назначении выборов в новый парламент.
25. Принятие Конституции РФ 12.12 1993года – Конституции демократического государства.
26. Основы конституционного строя РФ.
27. Права и свободы человека и гражданина. (Глава 2 Конституции РФ)
28. Федеративное устройство РФ, Президент РФ, Федеральные Собрания, правительство РФ.
29. Судебная власть (глава 7 Конституции РФ).
30. Местное самоуправление (глава 8 Конституции РФ).
31. Понятие, предмет, метод и система административного права.
32. Структура административного права.
33. Субъекты административного права.
34. Административные правоотношение.

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">35. Понятие и виды административных наказаний.36. Гражданское право. Понятие и функции.37. Принципы гражданского права.38. Источники гражданского права.39. Объекты гражданских правоотношений.40. Понятие и содержание права собственности.41. Договор.42. Понятие, принципы и система уголовного права.43. Понятие преступления и его виды.44. Обстоятельства исключающие преступность деяния.45. Понятие, цели, виды уголовных наказаний.46. Виды преступлений.47. Трудовое право.48. Трудовые отношения.49. Трудовой договор.50. Рабочее время.51. Оплата труда.52. Юридическая ответственность. |
|--|---|

Б1.Б. 10 Создание художественно-творческого продукта

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос
- подготовка эссе и рефератов по теме занятия с презентацией в Power Point,

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета во 2 и 3 семестре и итоговая форма контроля освоения дисциплины – экзамен в 4 семестре.

Текущий контроль

Примерные вопросы для проведения текущего контроля

1. Идея художественно-творческого продукта;
2. Методология и методика концептуализации идеи художественно-творческого продукта;
3. Методология и методика коммодификации художественно-творческого продукта;
4. Научный анализ концептуализации художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
5. Мультиатрибутивная модель художественно-творческого продукта;
6. Альтернативные решения в рамках концептуального замысла художественно-творческого продукта;
7. Научно-прикладной анализ модели художественно-творческого продукта
8. Технология визуализации концептуального замысла художественно-творческого продукта;
9. Визуальный медиатор художественно-творческого продукта;
10. Разработка визуализированного макета художественно-творческого продукта;
11. Научно-теоретический и научно-прикладной анализ визуализации концепта художественно-творческого продукта;
12. Методология и методика коммодификации художественно-творческих продуктов
13. Уникальное коммерческое предложение в рамках коммодификации художественно-творческого продукта
14. Жизненные циклы рынка художественно-творческих продуктов и художественно-творческого продукта;
15. Особенности художественно-творческих продуктов в форме артефактов культуры и социокультурных услуг;
16. Научно-прикладной анализ процессов коммодификации художественно-творческих продуктов;
17. Культурный капитал художественно-творческого продукта;
18. Эмоциональный капитал художественно-творческого продукта;
19. Визуальная коммуникация и дизайн;
20. Модели дизайна впечатлений;
21. Методология и методика научно-теоретического и научно-прикладного анализа культурного и эмоционального капиталов художественно-творческих продуктов;
22. Методология и методика выявления целевых аудиторий для продвижения художественно-творческого продукта;
23. Сегментация и агрегирование целевых аудиторий;
24. Модели стиля жизни целевых аудиторий;
25. Методология и методика научно-прикладного анализа целевых аудиторий визуальных художественно-творческих продуктов;
26. Уровни реакции рынка художественно-творческих продуктов;
27. Измерение когнитивной реакции;

28. Отношение и измерение эмоциональной реакции;
29. Измерение поведенческой реакции;
30. Научно-прикладной анализ поведенческих реакций целевых аудиторий и культуры потребления в коммодификации художественно-творческих продуктов;
31. Миссия, смысл и цель создания художественно-творческого продукта;
32. Потребности потребители и ядерная функция и атрибуты художественно-творческого продукта;
33. Воздействие художественно-творческого продукта на Я-образ пользователя;
34. Основные критерии идентификации пользователей с данным художественно-творческим продуктом;
35. Формы и виды капитала в художественно-творческом продукте;
36. Конкурентные преимущества художественно-творческого продукта;
37. Анализ технологии проектирования визуального художественно-творческого продукта;
38. Роль информации в проектировании художественно-творческих продуктов;
39. Контекст в исследовании проектирования художественно-творческих продуктов;
40. Методология и методика поиска идей в проектировании художественно-творческих продуктов;
41. Роль социальной антропологии в проектировании художественно-творческих продуктов;
42. Анализ впечатлений в процессе проектирования художественно-творческих продуктов;
43. Анализ визуально-коммуникативной составляющей художественно-творческого продукта;
44. Привлекательные сюжеты;
45. Отстройка функций от объекта;
46. Ассоциации и метафоры;
47. Локализация во времени;
48. Синтез противоположностей;
49. Дробление/соединение;
50. Динамика/статика;
51. Свойство/антисвойство;
52. Необычные конструкции;
53. Игра элементов изображения;
54. Атрибуция к коммуникативным потокам;
55. Атрибуция к стереотипам;
56. Выход за рамки;
57. Позиции
58. Научно-теоретический и научно-прикладной анализ приемов конструирования визуального художественно-творческого продукта;
59. Структура и функции визуального образа;
60. Визуальные семиотические знаки;
61. Визуализация информации: методология и технологии
62. Дизайн визуальных коммуникаций;
63. Научно-прикладной анализ выразительных средств визуального художественно-творческого продукта;
64. Разработка композиционного решения художественно-творческого продукта.
65. Разновидности золотого сечения
66. Основные параметры использования художественно-изобразительных средств в визуальной композиции в художественно-творческом продукте;
67. Разработка визуального образа художественно-творческого продукта с использованием художественно-

- изобразительных средств;
68. Создание художественно-творческого продукта с использованием художественно-изобразительных средств;
 69. Научно-прикладной анализ в использовании художественно-изобразительных средств;
 70. Разработка художественно-творческих продуктов в форме визуальных плакатов по актуальной проблематике;
 71. Научный анализ визуальных плакатов по актуальной проблематике;
 72. Разработка фотографического художественно-творческого продукта по актуальной проблематике;
 73. Научный анализ фотографического художественно-творческого продукта по актуальной проблематике;
 74. Разработка концепции и создание виртуальной экспозиции художественно-творческих продуктов;
 75. Научный анализ концепции и виртуальной экспозиции художественно-творческих продуктов;
 76. Базовые концепции анализа спроса;
 77. Структура первичного спроса на художественно-творческие продукты;
 78. Методы прогнозирования спроса;
 79. Анализ конкурентных ситуаций;
 80. Процесс выведения художественно-творческих продуктов на рынок;
 81. Каналы продвижения художественно-творческих продуктов;
 82. Стратегии охвата рынка;
 83. Коммуникационные стратегии в каналах сбыта;
 84. Ценовые стратегии при продвижении художественно-творческих продуктов;
 85. Определение рекламного бюджета;
 86. Научно-прикладной анализ продвижения художественно-творческих продуктов;
 87. Роль стратегического и оперативного планирования в создании художественно-творческих продуктов;
 88. Содержание процесса стратегического планирования в производстве художественно-творческих продуктов;
 89. Выбор целей и стратегической ориентации в производстве художественно-творческих продуктов;
 90. Роль медиапланирования и медиаплана в продвижении художественно-творческого продукта;
 91. Научные исследования в медиапланировании: виды и формы исследований;
 92. Выбор каналов коммуникации;
 93. Создание рекламного брифа художественно-творческого продукта;
 94. Создание макетов рекламных сообщений по продвижению художественно-творческих продуктов;
 95. Формирование медиаплана;
 96. Разработка медиапланов для различных видов художественно-творческих продуктов;
 97. Анализ различных ситуаций с продвижением художественно-творческих продуктов;
 98. Основные понятия в медиапланировании;
 99. Медиавес рекламной кампании и его измерение;
 100. Основные технологии и модели в медиапланировании;
 101. Модель оптимизации минимальной эффективной частоты Росситера, Перси и Данахера;
 102. Модель эффективной частоты Джозефа Острова;
 103. Эффективная частота: частотное распределение и накопленные частоты;
 104. Концепции психологического воздействия художественно-творческого продукта на целевые аудитории;
 105. Анализ социальных оценок, социальных сравнений и социальной моды;
 106. Архетипы и неотипы, стереотипы и отношение;
 107. Социально-психологические установки в восприятии художественно-творческих продуктов;
 108. Психографика целевых аудиторий;
 109. Имиджи и бренды как предмет социальных потребностей;

110. Мифология в позиционировании художественно-творческих продуктов;
111. Аналитические исследования коммуникативной эффективности художественно-творческих продуктов;
112. Марочный капитал художественно-творческих продуктов;
113. Концепты обработки моделей информации и их влияния на целевые аудитории;
114. Рейтинги и доли целевых аудиторий и рынков;
115. Стратегии охвата потенциального рынка и первичных и вторичных целевых аудиторий
116. Методы аналитики рынка художественно-творческих продуктов;
117. Экономическая специфика производства и продвижения художественно-творческих продуктов;
118. Соотношение цен и ценностей на рынке художественно-творческих продуктов;
119. Символический капитал в стоимости художественно-творческих продуктов;
120. Принципы научно-прикладных исследований в сфере определения экономической эффективности и инвестиционной привлекательности художественно-творческих продуктов.

Примерная тематика эссе

1. Идея художественно-творческого продукта;
2. Мультиатрибутивная модель художественно-творческого продукта;
3. Альтернативные решения в рамках концептуального замысла художественно-творческого продукта;
4. Технология визуализации концептуального замысла художественно-творческого продукта;
5. Визуальный медиатор художественно-творческого продукта;
6. Разработка визуализированного макета художественно-творческого продукта;
7. Методология и методика коммодификации художественно-творческих продуктов
8. Уникальное коммерческое предложение в рамках коммодификации художественно-творческого продукта
9. Жизненные циклы рынка художественно-творческих продуктов и художественно-творческого продукта;
10. Особенности художественно-творческих продуктов в форме артефактов культуры и социокультурных услуг;
11. Культурный капитал художественно-творческого продукта;
12. Эмоциональный капитал художественно-творческого продукта;
13. Визуальная коммуникация и дизайн;
14. Модели дизайна впечатлений;
15. Сегментация и агрегирование целевых аудиторий;
16. Модели стиля жизни целевых аудиторий;
17. Методология и методика научно-прикладного анализа целевых аудиторий визуальных художественно-творческих продуктов;
18. Уровни реакции рынка художественно-творческих продуктов;
19. Измерение когнитивной реакции;
20. Отношение и измерение эмоциональной реакции;
21. Измерение поведенческой реакции;
22. Миссия, смысл и цель создания художественно-творческого продукта;
23. Потребности потребители и ядерная функция и атрибуты художественно-творческого продукта;
24. Воздействие художественно-творческого продукта на Я-образ пользователя;
25. Основные критерии идентификации пользователей с данным художественно-творческим продуктом;
26. Формы и виды капитала в художественно-творческом продукте;
27. Конкурентные преимущества художественно-творческого продукта;

28. Роль информации в проектировании художественно-творческих продуктов;
29. Методология и методика поиска идей в проектировании художественно-творческих продуктов;
30. Роль социальной антропологии в проектировании художественно-творческих продуктов;
31. Анализ впечатлений в процессе проектирования художественно-творческих продуктов;
32. Анализ визуально-коммуникативной составляющей художественно-творческого продукта;
33. Привлекательные сюжеты;
34. Отстройка функций от объекта;
35. Ассоциации и метафоры;
36. Локализация во времени;
37. Синтез противоположностей;
38. Дробление/соединение;
39. Динамика/статика;
40. Свойство/антисвойство;
41. Необычные конструкции;
42. Игра элементов изображения;
43. Атрибуция к коммуникативным потокам;
44. Атрибуция к стереотипам;
45. Выход за рамки;
46. Позиции
47. Структура и функции визуального образа;
48. Визуальные семиотические знаки;
49. Визуализация информации: методология и технологии
50. Дизайн визуальных коммуникаций;
51. Разработка композиционного решения художественно-творческого продукта.
52. Разновидности золотого сечения
53. Разработка визуального образа художественно-творческого продукта с использованием художественно-изобразительных средств;
54. Научно-прикладной анализ в использовании художественно-изобразительных средств;
55. Разработка художественно-творческих продуктов в форме визуальных плакатов по актуальной проблематике;
56. Разработка фотографического художественно-творческого продукта по актуальной проблематике;
57. Разработка концепции и создание виртуальной экспозиции художественно-творческих продуктов;
58. Научный анализ концепции и виртуальной экспозиции художественно-творческих продуктов;
59. Базовые концепции анализа спроса;
60. Структура первичного спроса на художественно-творческие продукты;
61. Методы прогнозирования спроса;
62. Анализ конкурентных ситуаций;
63. Процесс выведения художественно-творческих продуктов на рынок;
64. Каналы продвижения художественно-творческих продуктов;
65. Стратегии охвата рынка;
66. Коммуникационные стратегии в каналах сбыта;
67. Ценовые стратегии при продвижении художественно-творческих продуктов;
68. Определение рекламного бюджета;
69. Роль стратегического и оперативного планирования в создании художественно-творческих продуктов;

70. Содержание процесса стратегического планирования в производстве художественно-творческих продуктов;
71. Выбор целей и стратегической ориентации в производстве художественно-творческих продуктов;
72. Роль медиапланирования и медиаплана в продвижении художественно-творческого продукта;
73. Выбор каналов коммуникации;
74. Создание рекламного брифа художественно-творческого продукта;
75. Создание макетов рекламных сообщений по продвижению художественно-творческих продуктов;
76. Формирование медиаплана;
77. Разработка медиапланов для различных видов художественно-творческих продуктов;
78. Анализ различных ситуаций с продвижением художественно-творческих продуктов;
79. Основные понятия в медиапланировании;
80. Медиавес рекламной кампании и его измерение;
81. Основные технологии и модели в медиапланировании;
82. Модель оптимизации минимальной эффективной частоты Росситера, Перси и Данахера;
83. Модель эффективной частоты Джозефа Острова;
84. Эффективная частота: частотное распределение и накопленные частоты;
85. Концепции психологического воздействия художественно-творческого продукта на целевые аудитории;
86. Анализ социальных оценок, социальных сравнений и социальной моды;
87. Архетипы и неотипы, стереотипы и отношение;
88. Социально-психологические установки в восприятии художественно-творческих продуктов;
89. Психографика целевых аудиторий;
90. Имиджи и бренды как предмет социальных потребностей;
91. Мифология в позиционировании художественно-творческих продуктов;
92. Марочный капитал художественно-творческих продуктов;
93. Концепты обработки моделей информации и их влияния на целевые аудитории;
94. Рейтинги и доли целевых аудиторий и рынков;
95. Стратегии охвата потенциального рынка и первичных и вторичных целевых аудиторий
96. Методы аналитики рынка художественно-творческих продуктов;
97. Экономическая специфика производства и продвижения художественно-творческих продуктов;
98. Соотношение цен и ценностей на рынке художественно-творческих продуктов;
99. Символический капитал в стоимости художественно-творческих продуктов;

Тематика рефератов

1. Идея художественно-творческого продукта;
2. Методология и методика концептуализации идеи художественно-творческого продукта;
3. Методология и методика коммодификации художественно-творческого продукта;
4. Мультиатрибутивная модель художественно-творческого продукта;
5. Альтернативные решения в рамках концептуального замысла художественно-творческого продукта;
6. Технология визуализации концептуального замысла художественно-творческого продукта;
7. Визуальный медиатор художественно-творческого продукта;
8. Методология и методика коммодификации художественно-творческих продуктов
9. Уникальное коммерческое предложение в рамках коммодификации художественно-творческого продукта
10. Жизненные циклы рынка художественно-творческих продуктов и художественно-творческого продукта;
11. Особенности художественно-творческих продуктов в форме артефактов культуры и социокультурных услуг;

12. Культурный капитал художественно-творческого продукта;
13. Эмоциональный капитал художественно-творческого продукта;
14. Визуальная коммуникация и дизайн;
15. Модели дизайна впечатлений;
16. Методология и методика выявления целевых аудиторий для продвижения художественно-творческого продукта;
17. Сегментация и агрегирование целевых аудиторий;
18. Модели стиля жизни целевых аудиторий;
19. Методология и методика научно-прикладного анализа целевых аудиторий визуальных художественно-творческих продуктов;
20. Научно-прикладной анализ поведенческих реакций целевых аудиторий и культуры потребления в коммодификации художественно-творческих продуктов;
21. Потребности потребители и ядерная функция и атрибуты художественно-творческого продукта;
22. Воздействие художественно-творческого продукта на Я-образ пользователя;
23. Основные критерии идентификации пользователей с данным художественно-творческим продуктом;
24. Формы и виды капитала в художественно-творческом продукте;
25. Конкурентные преимущества художественно-творческого продукта;
26. Анализ технологии проектирования визуального художественно-творческого продукта;
27. Роль информации в проектировании художественно-творческих продуктов;
28. Контекст в исследовании проектирования художественно-творческих продуктов;
29. Методология и методика поиска идей в проектировании художественно-творческих продуктов;
30. Роль социальной антропологии в проектировании художественно-творческих продуктов;
31. Анализ впечатлений в процессе проектирования художественно-творческих продуктов;
32. Анализ визуально-коммуникативной составляющей художественно-творческого продукта;
33. Научно-теоретический и научно-прикладной анализ приемов конструирования визуального художественно-творческого продукта;
34. Структура и функции визуального образа;
35. Визуальные семиотические знаки;
36. Визуализация информации: методология и технологии
37. Дизайн визуальных коммуникаций;
38. Научно-прикладной анализ выразительных средств визуального художественно-творческого продукта;
39. Научно-прикладной анализ в использования художественно-изобразительных средств;
40. Разработка художественно-творческих продуктов в форме визуальных плакатов по актуальной проблематике;
41. Научный анализ визуальных плакатов по актуальной проблематике;
42. Разработка фотографического художественно-творческого продукта по актуальной проблематике;
43. Научный анализ фотографического художественно-творческого продукта по актуальной проблематике;
44. Разработка концепции и создание виртуальной экспозиции художественно-творческих продуктов;
45. Научный анализ концепции и виртуальной экспозиции художественно-творческих продуктов;
46. Научно-прикладной анализ продвижения художественно-творческих продуктов;
47. Научные исследования в медиапланировании: виды и формы исследований;
48. Выбор каналов коммуникации;
49. Создание рекламного брифа художественно-творческого продукта;
50. Создание макетов рекламных сообщений по продвижению художественно-творческих продуктов;
51. Формирование медиаплана;

52. Разработка медиапланов для различных видов художественно-творческих продуктов;
53. Анализ различных ситуаций с продвижением художественно-творческих продуктов;
54. Основные понятия в медиапланировании;
55. Основные технологии и модели в медиапланировании;
56. Принципы научно-прикладных исследований в сфере определения экономической эффективности и инвестиционной привлекательности художественно-творческих продуктов.

Тематика презентаций.

1. Идея художественно-творческого продукта;
2. Методология и методика концептуализации идеи художественно-творческого продукта;
3. Методология и методика коммодификации художественно-творческого продукта;
4. Мультиатрибутивная модель художественно-творческого продукта;
5. Технология визуализации концептуального замысла художественно-творческого продукта;
6. Визуальный медиатор художественно-творческого продукта;
7. Разработка визуализированного макета художественно-творческого продукта;
8. Методология и методика коммодификации художественно-творческих продуктов
9. Уникальное коммерческое предложение в рамках коммодификации художественно-творческого продукта
10. Жизненные циклы рынка художественно-творческих продуктов и художественно-творческого продукта;
11. Особенности художественно-творческих продуктов в форме артефактов культуры и социокультурных услуг;
12. Культурный капитал художественно-творческого продукта;
13. Эмоциональный капитал художественно-творческого продукта;
14. Визуальная коммуникация и дизайн;
15. Модели дизайна впечатлений;
16. Сегментация и агрегирование целевых аудиторий;
17. Модели стиля жизни целевых аудиторий;
18. Уровни реакции рынка художественно-творческих продуктов;
19. Измерение когнитивной реакции;
20. Отношение и измерение эмоциональной реакции;
21. Измерение поведенческой реакции;
22. Миссия, смысл и цель создания художественно-творческого продукта;
23. Потребности потребители и ядерная функция и атрибуты художественно-творческого продукта;
24. Воздействие художественно-творческого продукта на Я-образ пользователя;
25. Основные критерии идентификации пользователей с данным художественно-творческим продуктом;
26. Формы и виды капитала в художественно-творческом продукте;
27. Конкурентные преимущества художественно-творческого продукта;
28. Анализ технологии проектирования визуального художественно-творческого продукта;
29. Роль информации в проектировании художественно-творческих продуктов;
30. Контекст в исследовании проектирования художественно-творческих продуктов;
31. Привлекательные сюжеты;
32. Отстройка функций от объекта;
33. Ассоциации и метафоры;
34. Локализация во времени;
35. Синтез противоположностей;

36. Дробление/соединение;
37. Динамика/статика;
38. Свойство/антисвойство;
39. Необычные конструкции;
40. Игра элементов изображения;
41. Атрибуция к коммуникативным потокам;
42. Атрибуция к стереотипам;
43. Выход за рамки;
44. Позиции
45. Структура и функции визуального образа;
46. Визуальные семиотические знаки;
47. Визуализация информации: методология и технологии
48. Дизайн визуальных коммуникаций;
49. Разработка композиционного решения художественно-творческого продукта.
50. Разновидности золотого сечения
51. Разработка визуального образа художественно-творческого продукта с использованием художественно-образительных средств;
52. Разработка художественно-творческих продуктов в форме визуальных плакатов по актуальной проблематике;
53. Разработка фотографического художественно-творческого продукта по актуальной проблематике;
54. Разработка концепции и создание виртуальной экспозиции художественно-творческих продуктов;
55. Базовые концепции анализа спроса;
56. Структура первичного спроса на художественно-творческие продукты;
57. Методы прогнозирования спроса;
58. Анализ конкурентных ситуаций;
59. Процесс выведения художественно-творческих продуктов на рынок;
60. Каналы продвижения художественно-творческих продуктов;
61. Стратегии охвата рынка;
62. Коммуникационные стратегии в каналах сбыта;
63. Ценовые стратегии при продвижении художественно-творческих продуктов;
64. Определение рекламного бюджета;
65. Содержание процесса стратегического планирования в производстве художественно-творческих продуктов;
66. Выбор целей и стратегической ориентации в производстве художественно-творческих продуктов;
67. Роль медиапланирования и медиаплана в продвижении художественно-творческого продукта;
68. Научные исследования в медиапланировании: виды и формы исследований;
69. Выбор каналов коммуникации;
70. Создание рекламного брифа художественно-творческого продукта;
71. Создание макетов рекламных сообщений по продвижению художественно-творческих продуктов;
72. Формирование медиаплана;
73. Разработка медиапланов для различных видов художественно-творческих продуктов;
74. Основные понятия в медиапланировании;
75. Медиавес рекламной кампании и его измерение;
76. Основные технологии и модели в медиапланировании;
77. Модель оптимизации минимальной эффективной частоты Росситера, Перси и Данахера;

78. Модель эффективной частоты Джозефа Острова;
79. Эффективная частота: частотное распределение и накопленные частоты;
80. Анализ социальных оценок, социальных сравнений и социальной моды;
81. Архетипы и неотипы, стереотипы и отношение;
82. Социально-психологические установки в восприятии художественно-творческих продуктов;
83. Психографика целевых аудиторий;
84. Имиджи и бренды как предмет социальных потребностей;
85. Мифология в позиционировании художественно-творческих продуктов;
86. Марочный капитал художественно-творческих продуктов;
87. Рейтинги и доли целевых аудиторий и рынков;
88. Стратегии охвата потенциального рынка и первичных и вторичных целевых аудиторий
89. Методы аналитики рынка художественно-творческих продуктов;
90. Экономическая специфика производства и продвижения художественно-творческих продуктов;
91. Соотношение цен и ценностей на рынке художественно-творческих продуктов;
92. Символический капитал в стоимости художественно-творческих продуктов;
93. Принципы научно-прикладных исследований в сфере определения экономической эффективности и инвестиционной привлекательности художественно-творческих продуктов.

Промежуточная аттестация

Вопросы к зачету (2 семестр)

1. Идея художественно-творческого продукта;
2. Методология и методика концептуализации идеи художественно-творческого продукта;
3. Методология и методика коммодификации художественно-творческого продукта;
4. Научный анализ концептуализации художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
5. Мультиатрибутивная модель художественно-творческого продукта;
6. Альтернативные решения в рамках концептуального замысла художественно-творческого продукта;
7. Научно-прикладной анализ модели художественно-творческого продукта
8. Технология визуализации концептуального замысла художественно-творческого продукта;
9. Визуальный медиатор художественно-творческого продукта;
10. Разработка визуализированного макета художественно-творческого продукта;
11. Научно-теоретический и научно-прикладной анализ визуализации концепта художественно-творческого продукта;
12. Методология и методика коммодификации художественно-творческих продуктов
13. Уникальное коммерческое предложение в рамках коммодификации художественно-творческого продукта
14. Жизненные циклы рынка художественно-творческих продуктов и художественно-творческого продукта;
15. Особенности художественно-творческих продуктов в форме артефактов культуры и социокультурных услуг;
16. Научно-прикладной анализ процессов коммодификации художественно-творческих продуктов;
17. Культурный капитал художественно-творческого продукта;
18. Эмоциональный капитал художественно-творческого продукта;
19. Визуальная коммуникация и дизайн;
20. Модели дизайна впечатлений;
21. Методология и методика научно-теоретического и научно-прикладного анализа культурного и эмоционального капиталов художественно-творческих продуктов;

22. Методология и методика выявления целевых аудиторий для продвижения художественно-творческого продукта;
23. Сегментация и агрегирование целевых аудиторий;
24. Модели стиля жизни целевых аудиторий;
25. Методология и методика научно-прикладного анализа целевых аудиторий визуальных художественно-творческих продуктов;
26. Уровни реакции рынка художественно-творческих продуктов;
27. Измерение когнитивной реакции;
28. Отношение и измерение эмоциональной реакции;
29. Измерение поведенческой реакции;
30. Научно-прикладной анализ поведенческих реакций целевых аудиторий и культуры потребления в коммодификации художественно-творческих продуктов.

Представление научно-прикладной работы в форме реферата по проблеме концептуального обоснования конкретного художественно-творческого продукта, включая цели и задачи разработки художественно-творческого продукта, определение целевых аудиторий и методологии и методики коммодификации.

Вопросы к зачету по дисциплине (за 3 семестр)

1. Миссия, смысл и цель создания художественно-творческого продукта;
2. Потребности потребители и ядерная функция и атрибуты художественно-творческого продукта;
3. Воздействие художественно-творческого продукта на Я-образ пользователя;
4. Основные критерии идентификации пользователей с данным художественно-творческим продуктом;
5. Формы и виды капитала в художественно-творческом продукте;
6. Конкурентные преимущества художественно-творческого продукта;
7. Анализ технологии проектирования визуального художественно-творческого продукта;
8. Роль информации в проектировании художественно-творческих продуктов;
9. Контекст в исследовании проектирования художественно-творческих продуктов;
10. Методология и методика поиска идей в проектировании художественно-творческих продуктов;
11. Роль социальной антропологии в проектировании художественно-творческих продуктов;
12. Анализ впечатлений в процессе проектирования художественно-творческих продуктов;
13. Анализ визуально-коммуникативной составляющей художественно-творческого продукта;
14. Привлекательные сюжеты;
15. Отстройка функций от объекта;
16. Ассоциации и метафоры;
17. Локализация во времени;
18. Синтез противоположностей;
19. Дробление/соединение;
20. Динамика/статика;
21. Свойство/антисвойство;
22. Необычные конструкции;
23. Игра элементов изображения;
24. Атрибуция к коммуникативным потокам;

	<p>25. Атрибуция к стереотипам; 26. Выход за рамки; 27. Позиции 28. Научно-теоретический и научно-прикладной анализ приемов конструирования визуального художественно-творческого продукта; 29. Структура и функции визуального образа; 30. Визуальные семиотические знаки; 31. Визуализация информации: методология и технологии 32. Дизайн визуальных коммуникаций; 33. Научно-прикладной анализ выразительных средств визуального художественно-творческого продукта; 34. Разработка композиционного решения художественно-творческого продукта. 35. Разновидности золотого сечения 36. Основные параметры использования художественно-изобразительных средств в визуальной композиции в художественно-творческом продукте; 37. Разработка визуального образа художественно-творческого продукта с использованием художественно-изобразительных средств; 38. Создание художественно-творческого продукта с использованием художественно-изобразительных средств; 39. Научно-прикладной анализ в использования художественно-изобразительных средств; 40. Разработка художественно-творческих продуктов в форме визуальных плакатов по актуальной проблематике; 41. Научный анализ визуальных плакатов по актуальной проблематике; 42. Разработка фотографического художественно-творческого продукта по актуальной проблематике; 43. Научный анализ фотографического художественно-творческого продукта по актуальной проблематике; 44. Разработка концепции и создание виртуальной экспозиции художественно-творческих продуктов; 45. Научный анализ концепции и виртуальной экспозиции художественно-творческих продуктов.</p> <p>Представление научно-прикладной работы в форме визуального проекта конкретного художественно-творческого продукта, включая подробное обоснование технологии его разработки и подготовки к экспонированию или презентации.</p> <p>Вопросы к экзамену по дисциплине (за 4 семестр) Защита научно-прикладного проекта перед комиссией, состоящей из преподавателей кафедры, направленного на создание художественно-творческого продукта с обоснованием целей, задач, методологии и методики визуализации и символизации, выбора целевой аудитории и средств воздействия на нее, методологии и методики коммодификации и проектируемой коммуникативной и экономической эффективности.</p>
Б 1. Б.11 История искусств	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: устный опрос; проверка эссе, рефератов.</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена</p>

Текущий контроль

Примерная тематика эссе, рефератов

1. Культура Японии: японская поэзия.
2. Традиционная японская живопись и скульптура.
3. Знаменитые китайские художники и поэты.
4. Мастера и шедевры изобразительного искусства Древней Греции.
5. Древнегреческий театр и драматургия.
6. Поэты Древней Греции.
7. Искусство Крита и Микен.
8. Зодчество Древней Греции.
9. Памятники архитектуры и скульптуры Юго-Восточной Азии.
10. Индийская традиционная поэзия и эпос.
11. Архитектура и скульптура Индии.
12. Римская архитектура и скульптура.
13. Римская литература и театр.
14. Раннехристианское храмовое зодчество: Византия, Запад, Кавказ.
15. Изобразительное искусство Византии.
16. Литература средневековой Европы.
17. Арабо-персидская литература и искусство.
18. Готика: зодчество и скульптура.
19. Библия как феномен художественной культуры: Библейская тематика в искусстве.
20. Архитектура Древней Руси.
21. Древнерусская живопись.
22. Истоки и традиции древнерусской литературы.
23. Русская фольклорная традиция и ее славянские истоки.
24. Зодчество Древней Руси.
25. Древнерусская живопись.
26. Храмовый синтез искусств в Древней Руси.
27. Развитие западноевропейской живописи 17-18 вв.
28. Музыка, литература, театр и формы взаимодействия искусств в 17-19 вв.
29. Русская живопись 18 в.
30. Русская живопись 19 в. Романтизм и реализм.
 - 1.2. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов
 2. Специфическую роль искусства в культуре.
 3. Сопоставьте понятия «искусство» и «художественная культура».
 4. Соотношение понятий искусство и техническое творчество, искусство и мастерство.
 5. Художественный образ.
 6. Производство искусства.
 7. Искусство как эффективное средство коммуникации.
 8. Связь искусства и политики, искусства и идеологии.

9. Взаимодействия искусства и религии.
 10. Искусство и нравственность: параллели и противоречия.
 11. Специфика фольклора – народного художественного творчества.
 12. Искусство и наука: особенности познания мира.
 13. Эстетические задачи искусства.
 14. Художественный образ как основа произведения искусства.
 15. Виды искусства и способы их систематизации.
 16. Роды и жанры художественного творчества; их особенности в разных видах искусства.
 17. Особенности искусства и художественной культуры Древних стран Передней Азии.
 18. Особенности искусства Древнего Египта.
 19. Особенности искусства и традиционной культуры Китая и Японии.
 20. Особенности искусства и традиционная культура стран Южной Азии и исламского мира.
 21. Особенности искусства и культуры Византии.
 22. Особенности романского и готического стилей в искусстве Средневековья.
 23. Ценности и достижения античного искусства и его историческое значение.
 24. Периоды развития древнегреческого искусства и культуры.
 25. Особенности искусства Древнего Рима.
 26. Истоки и традиции древнерусского искусства и литературы.
 27. Особенности искусства Возрождения на юге и севере Европы.
 28. Особенности классицизма и Просвещения в европейском искусстве 17-18 вв.
 29. Художественные идеи романтизма и реализма в различных видах искусства 19 в.
 30. Импрессионизм в искусстве конца 19 в.
 31. Основные достижения искусства в русской культуре 18-рубежа 20 в.
 32. Развитие отечественного искусства в 20 в.
 33. Основные модернистские направления в искусстве 20 в.
 34. Постмодерн и массовая культура в художественной жизни современности.
- Искусство как феномен культуры.
29. Специфическая роль искусства в культуре.
 30. Сопоставление понятий «искусство» и «художественная культура».
 31. Художественный образ.
 32. Производство искусства.
 33. Искусство как эффективное средство коммуникации.
 34. Взаимодействие искусства и религии.
 35. Искусство и нравственность: параллели и противоречия.
 36. Специфика фольклора – народного художественного творчества.
 37. Искусство и наука: особенности познания мира.
- Система видов, жанров и родов искусства. Язык искусства и закономерности его развития.
1. Выразительные средства живописи и графики.
 2. Особенности жанрового и видового деления в этих видах искусства.
 3. Архитектура и скульптура: язык выразительности и своеобразие жанров и видов.
 4. Жанры художественного словесного творчества и особенности их выразительности.
 5. Выразительные средства и особенности жанров в музыке.
 6. Сценические и зрелищные виды искусства.

Искусство цивилизаций Ближнего Востока. Искусство Китая и Японии. Искусство и художественная культура Южной Азии и стран исламского мира.

1. Своеобразие назначения искусства и его роли в жизни стран Востока.
2. Канона в изобразительном искусстве Египта.
3. Значение искусства исчезнувших цивилизаций – Египта и Месопотамии.
4. Буддизм в развитии и распространении художественных традиций.
5. Принцип недосказанности (саби) в японском искусстве.
6. Искусство Китая как средство медитации и социально-нравственного регулирования.
7. Своеобразие художественного творчества в странах исламского мира.

Искусство Античности.

1. Связь видов искусства Древней Греции с культовой практикой.
2. Связь искусства Крита и Микен с ближневосточной традицией и последующим искусством Греции.
3. Основные отличительные характеристики искусства греческой архаики, классики, эллинизма.
4. Причины влияния античного архитектурного ордера на европейское зодчество последующих эпох.
5. Греческий театр как синтез искусств.
6. Единство и отличия греческой и римской скульптуры.
7. Своеобразие истоков и развития древнеримского искусства.

Искусство и художественная культура Византии. Искусство западноевропейского Средневековья.

1. Отличительные особенности художественного творчества и отношения к искусству в Средние века и в Новое время.
2. Отличительные особенности церковного искусства востока и запада средневековой Европы.
3. Библия как литературный памятник и источник тем для искусства. Персонажи Библии в художественном творчестве.
4. Особенности развития народной художественной традиции европейских народов в Средние века.
5. Рыцарская культура и фольклор в художественной жизни Средневековья.

Европейское искусство эпохи Возрождения.

1. Особенности ренессансного гуманизма.
2. Эстетическое своеобразие эпохи Возрождения.
3. Искусство итальянского Возрождения: раннее, высокое, позднее.
4. Искусство Северного Возрождения: Германия, Нидерланды, Франция.
5. Титаны Возрождения.

Древнерусское искусство. Развитие русского искусства в 18-20 вв.

1. Роль традиции древнеславянских племен в формировании традиционного русского искусства и художественной деятельности.
2. Влияние Византийской культуры на формирование Древнерусского искусства.
3. Особенности развития древнерусской архитектуры в 11-16 вв.
4. Развитие русского искусства 11-15 вв.
5. Особенности формирования древнерусской литературы.
6. Творческое своеобразие произведений великих русских иконописцев в условиях господства художественного канона.
7. Влияние западных мастеров и западных стилей на развитие русского искусства 15-18 вв.
8. Значение искусства в русской жизни 18-19 вв.
9. Мировое значение русского искусства 19-нач.20 вв.

10. Особенности развития русского искусства 20 в.

11. Современный этап художественной жизни в России: как упадок или как подъем?

Искусство Европы 17-18 вв. Направления в европейском искусстве 19 в.

1. Классицизм как направление в европейском искусстве 17-19 вв.
2. Своеобразие идей и образов искусства эпохи Просвещения.
3. Архитектура и искусство Барокко: стиль и мировоззренческие идеи.
4. Периоды в развитии западноевропейской живописи 17-18 вв.
5. Взаимодействие музыки, литературы и театра в 17-19 вв.
6. Художественные идеи романтизма реализма в различных видах искусства 19 в.
7. Развитие архитектуры в 18-19 и 20 вв.

Тенденции художественного развития в 20 в.

1. Особенности развития видов искусства 20 в.
2. Искусство европейского модернизма.
3. Литературные направления в культуре 20 в.
4. Мэтры западноевропейского сюрреализма.
5. Импрессионизм в живописи и музыке.
6. Особенности кубизма, абстракционизма, конструктивизма, сюрреализма, и др. течений первой половины 20 в.
7. Соцреализм и тоталитарно-идеологическое искусство западноевропейских стран.
8. Главные идеи постмодернизма в художественной жизни.
9. Значение популярного искусства 20 в.
10. Особенности возникновения и развития киноискусства.

История европейского искусствознания. Методологические проблемы и возможности искусствознания.

1. Значение учения Аристотеля об искусстве.
2. Развитие искусствознания в Средние века.
3. Своеобразие старинных европейских и китайских трактатов об искусстве.
4. Сочинениях об искусстве эпохи Возрождения.
5. Особенности европейского аналитического искусствознания 18-19 в.
6. Представления об исторической эволюции искусства в европейской мысли 18-20 вв.
7. Искусствознание 20 в. и динамичные процессы в искусстве.

Тематика контрольных работ для студентов заочной формы обучения

1. Арабо-персидская литература и искусство.
2. Архитектура Древней Руси.
3. Архитектура и скульптура Индии.
4. Библия как феномен художественной культуры: Библейская тематика в искусстве.
5. Готика: зодчество и скульптура.
6. Древнегреческий театр и драматургия.
7. Древнерусская живопись.
8. Древнерусская живопись.
9. Знаменитые китайские художники и поэты.
10. Зодчество Древней Греции.
11. Зодчество Древней Руси.
12. Изобразительное искусство Византии.
13. Индийская традиционная поэзия и эпос.

14. Искусство Крита и Микен.
15. Истоки и традиции древнерусской литературы.
16. Культура Японии: японская поэзия.
17. Литература средневековой Европы.
18. Мастера и шедевры изобразительного искусства Древней Греции.
19. Музыка, литература, театр и формы взаимодействия искусств в 17-19 вв.
20. Памятники архитектуры и скульптуры Юго-Восточной Азии.
21. Поэты Древней Греции.
22. Развитие западноевропейской живописи 17-18 вв.
23. Раннехристианское храмовое зодчество: Византия, Запад, Кавказ.
24. Римская архитектура и скульптура.
25. Римская литература и театр.
26. Русская живопись 18 в.
27. Русская живопись 19 в. Романтизм и реализм.
28. Русская фольклорная традиция и ее славянские истоки.
29. Традиционная японская живопись и скульптура.
30. Храмовый синтез искусств в Древней Руси.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену по дисциплине

1. Искусство и художественная деятельность в системе культуры.
2. Художественный образ как основа произведения искусства.
3. Закономерности и особенности отношений искусства и реальности
4. Искусство и религия: особенности взаимодействия
5. Искусство и другие формы сознания: политика, идеология, философия
6. Искусство как носитель эстетических и нравственных ценностей
7. Искусство как способ познания и преобразования мира. (Искусство и наука, искусство и техника).
8. Искусство и мифология.
9. Система видов искусства.
10. Роды и жанры художественного творчества; их особенности в разных видах искусства.
11. Особенности системы выразительности живописи и графики.
12. Особенности художественной выразительности музыки и словесного творчества. Их возможности в художественном синтезе.
13. Своеобразие художественной выразительности архитектуры и скульптуры.
14. Прикладное искусство и дизайн в системе художественно-эстетического творчества.
15. Своеобразие фольклора – народного художественного творчества.
16. Особенности синтетических и сценических видов искусства.
17. Художественный процесс и основные закономерности исторического развития искусства.
18. Проблемы и идеи в история искусствознания: от античности до 18 в.
19. Искусствознание в 19-20 вв.
20. Проблемы и методы современного искусствознания.

	<ol style="list-style-type: none"> 21. Художественная деятельности в первобытную эпоху. Проблема зарождения искусства. 22. Искусство и художественная культура Древних стран Передней Азии. 23. Искусство Древнего Египта. 24. Искусство и традиционная культура Китая. 25. Искусство и традиционная культура Японии. 26. Искусство и традиционная культура стран исламского мира. 27. Искусство и культура Византии. 28. Христианство и художественная культура средневековой Европы. 29. Этнические традиции в художественной жизни европейского Средневековья. Народная и рыцарская культура. 30. Романский и готический стили в искусстве Средневековья. 31. Ценности и достижения античного искусства и его историческое значение. 32. Мифология, литература, театр в художественной жизни античного мира. 33. Развитие античной архитектуры. 34. Истоки античного искусства: Крито-микенская эпоха и период архаики. 35. Античная классика и эллинизм: развитие изобразительных видов искусства. 36. Особенности искусства Древнего Рима. 37. Истоки и традиции древнерусского искусства и литературы. 38. Зодчество Древней Руси. 39. Древнерусская живопись. 40. Храмовый синтез искусств в Древней Руси. 41. Особенности искусства Возрождения на юге Европы. 42. Особенности искусства Возрождения на севере Европы. 43. Классицизм как художественное направление в европейском искусстве 17-19 вв. 44. Идеи и художественные образы искусства эпохи Просвещения. 45. Архитектура и искусство Барокко. 46. Развитие западноевропейской живописи 17-18 вв. 47. Музыка, литература, театр и формы взаимодействия искусств в 17-19 вв. 48. Художественные идеи романтизма в различных видах искусства. 49. Художественные идеи реализма 19 в. в различных видах искусства. 50. Развитие архитектуры и скульптуры в 19-20 вв. 51. Импрессионизм в искусстве конца 19 в. 52. Русское зодчество и скульптура 18-19 вв. 53. Русская живопись 18 в. 54. Русская живопись 19 в. Романтизм и реализм. 55. Взаимодействие искусств в русской культуре 18-рубежа 20 в. 56. Художественная жизнь России начала 20 в. 57. Развитие отечественного искусства в 20 в. 58. Модернистские направления в искусстве 20 в. 59. Постмодерн и массовая культура в художественной жизни современности.
<p>Б 1. Б.12 Основы государственной культурной политики Российской Федерации</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p>Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p>

устный опрос, эссе, рефераты, презентации

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

Текущий контроль

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля:

1. Происхождение и эволюция понятий «культура» и «цивилизация», их общность и различия
2. Понятие и содержание культурной политики
3. Какую роль в культурной политике могут играть рядовые граждане?
4. Каким образом культурная политика государства влияет на раскрытие и развитие духовного потенциала личности?
5. В чем сущность современного кризиса культуры?
6. Каким образом культурная политика связана с государственной безопасностью и национальным суверенитетом?
7. Соотношение понятий глобализация и глокализация.
8. Какие «вызовы» стоят перед современным миром и Россией?
9. В чем причина продолжающейся переоценки ценностей в мире и России?
10. Каково место традиций в культурной политике?
11. Каковы приоритеты современной культурной политики РФ?
12. Каковы особенности культурной политики в многонациональном и многоконфессиональном государстве?
13. Какова роль молодежи в культурной политике государства?
14. Какова роль семьи и семейных ценностей?
15. Каковы особенности и проблемы информационного обеспечения культурной политики?
16. Какова роль культурных достижений в общем имидже государства?
17. Особенности интеграции России в мировое культурное пространство после падения железного занавеса
18. Каково содержание понятия «народная дипломатия»?

Тематика эссе, рефератов, презентаций:

1. Понятие патриотизма и его содержание
2. Культурная политика «снизу» и «сверху»
3. Традиции: пепел, который надо хранить или огонь, не дающий культуре угаснуть
4. Язык как душа народа
5. Воспитательное значение литературы и искусства
6. «Железный занавес» - за и против
7. Толерантность и политкоррективность – содержание и границы
8. Насилие в современном мире и роль культурного образования в его преодолении

Промежуточная аттестация

Вопросы к экзамену

1. Понятия культура, цивилизация, культурная деятельность, культурная политика
2. Культурная политика как основа социокультурного управления
3. Субъекты и объекты культурной политики
4. Анализ современной социокультурной ситуации в мире и России
5. Кризис культуры как глобальный вызов, основа современного мирового кризиса
6. Судьбоносность культурной политики для народа, государства, всего человечества
7. Концепции «конца истории», «столкновения цивилизаций»
8. Культура в условиях глобализации и глокализации

	<ol style="list-style-type: none"> 9. Геополитическая составляющая культуры 10. Приумножение и развитие культуры как основа государственной безопасности и государственного суверенитета 11. Россия на культурной карте мира: история и современность 12. Проблемы культурной политики РФ в условиях продолжающейся переоценки ценностей 13. Роль историко-культурного наследия и образов исторической памяти в культурной самоидентификации, нравственном и патриотическом воспитании 14. Традиционная система ценностей российской цивилизации как основа общенационального единства 15. Особенности взаимодействия и взаимовлияния мировой и отечественной культуры после «железного занавеса» 16. Задача достойной нравственной и материальной оценки культурной деятельности 17. Необходимость и пути воспитания интереса и уважения к культуре в государственной культурной политике 18. Сочетание свободы творчества и «внутренней цензуры» - этической, эстетической у творцов культуры 19. Приоритет сохранения культурного наследия пред имущественными интересами физических и юридических лиц и его правовое закрепление 20. Следование принципу культуросообразности экономических, технологических и политических решений на государственном уровне 21. Экономика культуры и культурная индустрия 22. Культурно-языковая политика 23. Этнокультурная политика 24. Традиционная культура в культурной политике государства 25. Культурная политика в сфере профессионального искусства, науки и образования 26. Значение возможностей культурного досуга 27. Значение и особенности молодежной культурной политики 28. Роль семьи в системе ценностной ориентаций российского общества 29. Региональная культурная политика и ее особенности в многонациональных и многоконфессиональных регионах 30. Значение гуманитарных наук и гуманитарного образования в противодействии бездуховности, безнравственности, безответственности, в воспитании гражданской позиции, расширении кругозора и выработке нестандартного мышления 31. Разрушительность утилитарного, потребительского отношения к культуре – науке, искусству, образованию 32. Воспитание патриотизма через историю культурных достижений – в науке, искусстве, спорте 33. Государственные органы управления в сфере культуры, полномочия, функции и сферы ответственности федеральных и региональных властей 34. Институты культурной жизни в системе культурной политики 35. Информационное обеспечение сферы культуры 36. Законодательно-нормативная база государственной политики РФ 37. Проблема «Россия-Восток-Запад» в условиях многополярного мира 38. Бесперспективность насилия в XXIв: культура как «мягкая сила» 39. Пути, возможности и особенности интеграции России в мировое культурное пространство 40. Возможности «народной дипломатии» в современном мире»
Б1.Б.13 Основы научно-исследовательской работы	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p>Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос • подготовка эссе по теме занятия с презентацией в Power Point, • тестирование

- аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний :устные ответы.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

Текущий контроль

Темы практических занятий (семинаров)

Дайте оценку каждому из предложенные ниже определений концепта «наука»:

- Наука – это система знаний, накопленных человечеством.
- Наука – это исторически сложившаяся форма специфической человеческой деятельности, направленная на познание и преобразование объективной реальности.
- Наука – это социальный институт, совокупность организаций и учреждений, в которых осуществляется познание действительности и практическое воплощение полученных знаний.
- Наука - это форма духовного производства знаний.
- Наука – это форма общественного сознания.
- Наука это одна из производительных сил общества.
- Наука - это опыт практической и познавательной деятельности.
- Наука – это целенаправленное познание реальности с присущей ему отчетливо выраженной рефлексией над процессом получения знания и его характеристиками, прежде всего доказательностью и условиями истинности.
- Наука - это специфическая сфера профессиональной деятельности, органически связанная с особым типом образования.

1.2. Функции науки:

- культурно-мировоззренческая;
- функция непосредственной производительной силы;
- функция социальной силы;
- какие еще?

1.3. Дайте ответы на следующие вопросы:

- Что такое наука?
- В чем специфика науки?
- Каковы особенности науки как формы общественного сознания?
- Какие функции науки вы знаете?
- Статус описания, объяснения и предвидения в науке (Э.Мах, О.Конт, Ф.Бэкон.
- Что такое рефлексия?
- Перечислите критерии формирования научного знания.

1.4. Как можно классифицировать науки.

1.5. Выделите признаки, обязательные для философского мировоззрения: 1. системность. 2. Абстрактность. 3. Простота. 4. Эмпирическая обоснованность. 5. Наглядность. 6. Конкретность. 7. Максимальная общность.

1.6. Каковы критерии научного прогресса? Можно ли принять в качестве универсального критерия прогресса в культуре переход от простого к сложному или от менее разнообразного к более разнообразному?

1.7. Действует ли закон единства и борьбы противоположностей в культуре? Почему развитие невозможно без отрицания?

1.8. Укажите, какие из перечисленных концептов относятся к философским категориям:

1). Атом. 2) Элементарная частица. 3). Количество. 4) Структура. 5) Противоположность. 6) Свобода.

Практическое занятие № 2: Выбор научной проблемы и формулирование темы исследования

1. Дайте ответы на следующие вопросы:

1.1. В чем особенности научного исследования как вида познавательной деятельности?

1.2. Что такое научное познание?

1.3. Что такое исследовательский инструментарий?

1.4. Перечислите основные типы научных исследований.

1.3. Что такое научное исследование и каково его назначение.

1.4. Почему концепт «Проблема» характеризуется как сложный теоретический и практический вопрос, который требует своего решения или исследования.

1.5. Как определить актуальность проблемы и порядок ее постановки.

1.6. Перечислите «Правила формирования» исследования.

2. Проанализируйте приведенные ниже определения концепта «система». Выделите, в каких признаках они совпадают, а в каких – нет. Какое из определений, на ваш взгляд, наиболее адекватно отражает сущность этой категории диалектики?

А) Система может быть определена как комплекс взаимодействующих элементов (см. Бергаланфи Л. общая теория систем. Цит. По Уемов А. Системный подход и общая теория систем. М., 1978. С. 105).

Б) Под системой имеет смысл понимать организованное множество, образующее целостное единство (см. Упсул А. Природа информации. М., 19678. – С. 94).

В) Система есть множество связанных между собой элементов той или иной природы, упорядоченное по отношениям, обладающим вполне определенными свойствами; это множество характеризуется единством, которое выражается в интегральных свойствах и функциях множества (см. Тьютин В. Отражение, системы, кибернетика. М., 1972. – С.11).

Г) Системой мы будем называть упорядоченное определенным образом множество элементов, взаимосвязанных между собой и образующих некоторое целостное единство (см. Садовский В. Основания общей теории систем. - М., 1974. – С.78).

2.1. Всякое ли множество элементов является системой?

3. Сопоставьте приведенные ниже определения концепта «структура». Какое из них в большей мере соответствует сложившемуся пониманию этого термина?

А) Структура – это совокупность связей и отношений между элементами системы;

Б) структура – это совокупность элементов системы, а также устойчивых связей между ними;

В) структура – это совокупность системообразующих отношений между элементами системы;

Г) структура системы – это выделенные субъектом её части и отношения между ними.

3.1. Что является показателем целостности системы?

Практическое занятие № 3. Уровни научного исследования

1. Что такое идеал научности и какова тенденция его развития?

2. Что имел в виду И. Кант под выражением «наука в собственном смысле»?

3. Предметное и нормативное знание: взаимодействие в рамках научного исследования.

1. Научное исследование начинается с обоснования проблемы. Что такое проблема? Чем она отличается от задачи или вопроса? Дайте определение проблемы как элемента научного знания. Соотносимы ли проблема научного знания и вопросы?

2. Проанализируйте предлагаемые ниже варианты ответов на эти вопросы. Какой из них наиболее точно раскрывает содержание этого концепта?

- Проблема – это вопрос, который касается сущности какого-либо явления.

- Научная проблема – это такой вопрос, ответ на который нельзя получить путем логического преобразования имеющегося в науке знания, он предполагает выход за пределы наличного знания.

- Научная проблема – это задача, у которой нет готового алгоритма для её решения.
- Проблема – это вопрос, который имеет большую важность для теории или практики; а значимость, интерес определяют, какой вопрос является проблемным.
- 3. Охарактеризуйте содержание концепта «Критерии уровней научного исследования». В чем суть точки зрения на проблему уровней научного исследования?
- 4. Каковы общепринятые критерии выделения уровней научного исследования? По каким еще критериям различают уровни исследования?
- 5. Каковы основные характеристики эмпирического исследования согласно общепринятым критериям?
- 6. Каковы основные характеристики теоретического исследования согласно общепринятым критериям?
- 7. В чем состоит методологическое значение выделения эмпирического и теоретического уровней исследования?
- 8. Какие формы знания наиболее интенсивно используются на эмпирическом уровне для выражения результата исследования?
- 9. Что такое эмпирический факт?
- 10. В чем состоят основные методологические проблемы эмпирических исследований?
- 11. В чем суть проблемы объясняющего фактора на эмпирическом уровне исследования?
- 12. Проанализируйте основные стадии эмпирического уровня исследования
- 13. Опишите структуру и содержание теоретического уровня научного исследования.
- 14. Докажите, что способ проверки установления достоверности знания является специфическим критерием уровня научного исследования.
- 15. Докажите, что постановка проблемы исследования служит связующим звеном между эмпирическим и теоретическим уровнями познания.
- 16. Определите соотношение эмпирического и теоретического уровней знания на основе следующего:
 - А) как соотносятся между собой концепты «эмпирический» и «теоретический», «чувственный» и «рациональный»? Можно ли считать чувственное познание эмпирическим уровнем, а рациональное – теоретическим?
 - Б) чем определяется различие между теоретическим и эмпирическим уровнями исследования? Выберите правильный ответ:
 - Уровни исследования различаются применяемыми методами; на эмпирическом уровне применяются главным образом наблюдение, эксперимент, измерение, а на теоретическом – идеализация, абстрагирование и др.
 - Уровни исследования различаются поставленными исследовательскими задачами: на эмпирическом уровне ставится задача описать явление, показать, как оно протекает, а на теоретическом – объяснить явление, т.е. раскрыть его сущность, законы формирования.
 - Различие между теоретическим и эмпирическим уровнями исследования - условное, относительное; то, что на одном этапе будет теоретическим, на другом – эмпирическим.
 - На эмпирическом уровне познания объект описывается, а на теоретическом объясняется. Согласны ли вы с этим суждением?
- 17. Какие из нижеперечисленных признаков обязательны для знания? Системность, непротиворечивость, обоснованность, целостность простота, проверяемость, способность к предсказанию новых явлений, объективная истинность, рациональность, строгость, завершенность.
- 18. Чем отличается теория от концепции? Дайте критический анализ предложенных суждений:
 - теория носит целостный и относительно завершенный характер, а концепция представляет собой лишь совокупность идей, принципов, положений;
 - концепция не получила ещё всесторонней проверки и не вписывается с научной системой;
 - концепция – это лишь идея для объяснения какого либо явления, она не претендует на полноту и относится к узкому кругу

явлений.

Практическое занятие № 4. Программа и композиционно-структурная организация научного текста.

1. Что такое научное исследование, каково его назначение и основное содержание?
2. Дайте классификацию информации (первичная и вторичная, качественная, количественная, и т.д.), а также её источников (личные документы: дневники, записи, письма, рукописи, автобиографии, конспекты, пометки и др., документы учреждений, предприятий, организаций: постановления, приказы, распоряжения, инструкции, должностные положения, планы, письма, договоры, отчеты и др. статистические данные: государственной, отраслевой, местной статистики, статистики предприятий, организаций; публикации научные, литературные, политические и другие: монографии, научные сборники, статьи, отчеты, периодическая печать, депонированные рукописи, архивы и другие).
3. Выбор и обоснование темы исследования. Что такое тема научного исследования и по каким критериям она формулируется? Объясните что такое актуальность выбранной темы как ее критерий.
4. Чем определяется структура научного исследования и каковы его структурные элементы?
5. Что такое композиция научного исследования и из каких частей она состоит?
6. Каков объем научного исследования и чем он регламентируется.
7. Охарактеризуйте текст как систему изложения конкретного содержания.
Опишите способы записи текстов.
8. Почему «программа научного исследования» является методологической основой, которая предваряет все другие процедуры научного поиска, являясь их составляющей. Расскажите об этапах разработки программы исследования.
9. Дайте характеристику основных этапов разработки программы исследования:
 - подготовительный (характеристика проблемной ситуации, информационный поисковый анализ разработанности темы, логический анализ – выделение проблемы, цели, объекта, предмета исследования);
 - оперативный (моделирование объекта исследования, уточнение проблемной ситуации, её логический анализ при помощи ключевых понятий, формулирование проблемы, уточнение объекта, темы, цели, основных задач, предмета исследования, выдвижение гипотезы или гипотез, уточнение теоретического, методического, практического подходов к исследованию);
 - результативный (логический план исследования, отбор категорий, методов сбора и анализа информации, формы её обработки, а также составление проекта программы исследования).
10. Объясните назначение основных элементов программы научного исследования.
11. Докажите какое место в научном исследовании занимает аргументация в процессе обоснования определенной точки зрения с целью ее смысловой идентификации с исследуемой реальностью и опишите структуру процесса аргументации.
12. Охарактеризуйте план как скелет научного исследования.
13. Что такое рубрикация текста научного исследования? Назовите виды рубрикации научного исследования.
14. Напишите развернутый план реферата, курсовой или дипломной работы, в соответствии со структурными особенностями формы исследования, выбрав определенную композицию и рубрикацию.

Практическое занятие № 5. Жанры научного исследования

1. Дайте характеристику научному исследованию и укажите его отличительные признаки.
2. Обоснуйте разнообразие жанров научного исследования.
3. Способы изложения научного материала. Логическая схема научного исследования: композиция, рубрикация, объем.
План-проспект исследования.
4. Научные факты, научные выводы, научные рекомендации и теоретическое обобщение как необходимые этапы исследовательской работы.
5. Формы публикаций научных исследований.

6. Виды публикаций научных исследований.
 7. Формы реализации научных результатов.
 8. Опишите методику подготовки и написания статьи как жанра научного исследования.
 9. Опишите методику подготовки и написания тезисов по выступлению и публикации как жанра научного исследования
 10. Опишите методику подготовки выступления и доклада по изучаемой проблеме.
 11. Опишите реферат как жанр научного исследования, выделив его особенности и методика написания.
 12. Опишите курсовую работу как форму углубленного усвоения учебного материала и приобретения навыков в области решения исследовательских задач и особенности её написания.
 13. Опишите методику написания и оформления автореферата.
 14. Опишите методику и последовательность написания диссертация как квалификационной научной работы, представляющей совокупность результатов и научных положений, выдвигаемых автором для публичной защиты на соискание ученой степени.
- Практическое занятие № 6. Понятийно-категориальный аппарат научного исследования и его язык.
1. Назовите основные характеристики научного исследования как вида познавательной деятельности
 2. Дайте характеристику понятийно-категориальному аппарату как необходимому элементу для проведения научно-исследовательской работы.
 3. Назовите и проанализируйте этапы формирования понятийно-категориального аппарата.
 4. Как определяется актуальность выбранной темы исследования
 5. Объясните соотношение объекта и предмета научного исследования.
 6. Как определяется цель научного исследования
 7. Объясните соотношение цели и задач научного исследования
 8. Опишите методику формирования гипотезы научного исследования, С какими целями выдвигается рабочая гипотеза? Если все следствия, вытекающие из гипотезы, подтверждаются эмпирической проверкой, можно ли сделать вывод, что гипотеза является истинной? Аргументируйте свой ответ.
 9. Чем определяется выбор методов исследования
 10. На основе анализа реферата, курсовой, дипломной или диссертационной работы выделить основные черты таких концептов, как:
 - актуальность проблемы,
 - степень изученности темы исследования;
 - объект и предмет исследования
 - основная цель и задачи написания конкретного исследования;
 - методологические и теоретические основы реферата, курсовой, дипломной работы;
 - методы исследования, использованные в работ;
 - гипотеза и её основные характеристики;
 - положения, выносимые на защиту;
 - практическая значимость работы;
 - апробация работы.
 11. Многие методологи науки в качестве основных критериев или регуляторов научного знания называют следующие:
 - обязательная воспроизводимость опыта, эксперимента;
 - повторяемость наблюдения;
 - интерсубъективность знания, т.е. независимость его от личности ученого или экспериментатора;
 - Эмпирическое знание, построенное лишь на одном единичном решающем наблюдении, не может рассматриваться как факт науки, ибо факт всегда обладает статистической природой

Можно ли эти регуляторы или критерии считать обязательными для всех наук?

12. Многие исследователи в области методологии науки среди требований, которым должно отвечать знание, чтобы считаться научным, называют системность. Если знание не вписывается в систему достоверного научного знания, если оно противоречит основным законам и принципам науки, то оно должно быть отвергнуто, не может быть признано ни научным актом, ни гипотезой или теорией. Однако известно, что многие факты, и гипотезы, которые не вписываются в систему научного знания и не признавались вначале научными, позднее стали общепризнанными истинами науки. Не противоречит ли требование системности, соответствия новых фактов системе знаний, возможности появления революционных теорий, радикально преобразующих картину мира и всю систему накопленного знания?

13. Назовите основные особенности языка научного исследования. Охарактеризуйте формально-логический способ изложения научного материала.

14. Дайте определение научному тексту и охарактеризуйте его.

15. Дайте характеристику специальной терминологии

16. В чем специфичность фразеологии научного текста.

17. Назовите грамматические особенности научной речи.

18. Перечислите чисто стилистические особенности научного текста.

19. Охарактеризуйте «безличный монолог» как стиль научного текста.

20. Охарактеризуйте эмпирические и теоретические языки.

21. Терминологическая лексика и её функциональное значение.

22. Охарактеризуйте общенаучную и специальную лексику

23. Слова-организаторы, вводящие логический контекст и слова-организаторы, характеризующие степень объективности информации в научном исследовании и их анализ.

24. Слова-конкретизаторы и слова-доминанты в научном исследовании и их анализ.

25. Фразеологизмы и устойчивые сочетания в научном тексте.

Практическое занятие № 7. Методология научного исследования

1. Обоснуйте значение методологии научного исследования в научно-исследовательской деятельности.

2. Охарактеризуйте уровни методологии научного познания.

3. Докажите, что разработка новой методологии познания действительности - необходимость.

3. Назовите особенности методологии современного наукознания.

4. Обоснуйте тезис: «методология - теория методов».

5. Дайте характеристику многоуровневости современной методологии, которая объясняется исключительно сложными исследовательскими конструкциями и ситуациями в гуманитарном знании.

6. Что включается в научный методологический аппарат и каковы методологические принципы научного исследования.

7. Дайте характеристику уровней методологического анализа и определите исследовательские подходы на различных уровнях анализа.

Практическое занятие № 8. Методы научного исследования

1. Дайте определение методу научного исследования.

2. Назовите основные принципы классификации методов научного исследования.

3. Перечислите эмпирические методы исследования и дайте им характеристику.

4. Перечислите теоретические методы исследования и дайте им характеристику.

5. Перечислите общелогические методы исследования и дайте им характеристику.

6. Какие методы классифицируются как философские

7. В чем отличие метода наблюдения от эксперимента?

8. Что есть эксперимент? И что мы познаем посредством эксперимента? Независимую от нас действительность или

результат нашего контролируемого или неконтролируемого искажения естественных структур и процессов? Как ответить на эти вопросы?

9. В чем различие между анализом как методом научного исследования и простым разделением предмета на части? Что является результатом анализа?

10. Всегда ли операция синтеза превращает совокупность элементов в систему?

11. Сравните между собой методы индукции и дедукции. Что общего в этих методах? В чем они различны?

12. Выделите из указанных ниже методов познания такие, которые:

А) относятся только к теоретическому уровню;

Б) применяются только на эмпирическом уровне;

В) используются как в теоретическом, так и в эмпирическом исследовании:

наблюдение, индукция, дедукция, сравнение, анализ, абстрагирование, формализация, системный анализ, моделирование, аналогия, синтез, восхождение от абстрактного к конкретному.

13. Расположите перечисленные формы научного познания в соответствии с последовательностью, которая имеет место в реальном процессе: теория, факт, гипотеза, проблема, концепция.

14. Какие из указанных ниже признаков обязательны для научной теории:

1) непротиворечивость, 2) системность, 3) проверяемость, 4) объективность, 5) точность, 6) строгость.

15. В чем специфика системного подхода? Каковы его основные принципы? Чем он отличается от других методов познания?

16. Дайте характеристику перечисленным методам культурологического исследования:

- сравнительный метод
- эволюционистские методы исследования культурных процессов
- системно-функциональные методы исследования культуры
- аналитические методы в культурологии
- пассионарный подход к исследованию проблем культуры и закономерностей ее развития
- информационно-коммуникативный подход в исследовании культуры
- игровой подход в исследовании культуры
- геополитический подход к исследованию культуры
- психоаналитические методы исследования культуры
- эмпатия как метод культурологического исследования
- особенности метода исторического повествования и его интерпретации
- метод ризомы в исследовании культуры постмодерна
- метафора как метод культурологического исследования
- семиотические методы исследования культуры
- методы герменевтического анализа
- биографический метод
- метод социокультурного анализа.

Практическое занятие № 8. Основные требования к оформлению научного исследования.

1. Объясните содержание концепта «информация» и правила ее систематизации в научном исследовании.

2. Почему концептуализацию знания считают вариантом систематизации накопленной информации.

3. Какова роль библиотечных каталогов в поиске научной информации? Перечислите известные библиотечные каталоги.

4. Назовите виды аналитико-информационной обработки информации

5. Какова необходимость составления библиографического описания в научном исследовании. Что такое библиографическое описание и как описывается источник, имеющий:

- одного автора,
- двух и более авторов.
- 5.1. Как располагаются фамилия и инициалы автора в заголовке описания.
- 5.2. Как можно сократить длинное слово.
- 5.3. Как оформляются сведения, если источник уже назывался.
- 5.4. Что такое выходные данные и как они оформляются?
- 5.5. Когда ставится две косые линии при описании источника?
- 5.6. Назовите условные разделительные знаки и расскажите когда, какие употребляются.
- 5.7. Пользуясь правилами библиографического описания, составьте описание: книги по вашей специальности; статьи по вашей специальности.
- 6. Что такое аннотация и с какой целью она составляется?
- 6.1. Назовите основные виды аннотации.
- 6.2. Какие сведения должны включаться в аннотацию и почему?
- 6.3. Какова композиция аннотации?
- 6.4. Каков объем аннотации и чем это обусловлено?
- 6.5. Какова основная ошибка при составлении аннотации и как её избежать?
- 6.6. На конкретном примере определите вид и структуру аннотации.
- 6.7. Составьте аннотации: а) на книгу по вашей специальности; б) журнальной статьи по вашей специальности.
- 7. Что такое реферат и для какой цели он составляется?
- 7.1. Какова структура реферата? Приведите примеры.
- 7.2. Что является наиболее трудным и сложным при написании реферата и почему?
- 7.3. Каков объем реферата и какова его композиция?
- 7.4. Составьте аннотацию и реферат; а) книги по вашей специальности; б) журнальной статьи по вашей специальности. Дайте сравнительно-сопоставительную их характеристику с точки зрения структуры, содержания и языка и скажите, что общего и отличного в них и почему.
- 8. Что такое библиографическая ссылка и как она оформляется?
- 8.1. Какие бывают библиографические ссылки и чем обусловлено их различие?
- 8.2. Что такое внутри текстовая библиографическая ссылка и как она оформляется?
- 8.3. Что такое подстрочная библиографическая ссылка и как она оформляется?
- 8.4. Что такое затекстовая библиографическая ссылка и как она оформляется?
- 8.5. Как оформляются библиографические ссылки на несколько документов, приведенных в одном внутритекстовом, подстрочным или затекстовым примечанием?
- 8.6. Как оформляются библиографические ссылки с пометкой «см.»?
- 8.7. Как оформляются повторные библиографические ссылки: на авторский документ, на многотомное издание, на сериальное издание? Приведите примеры.
- 9. Какое из вариантов построения библиографических списков используется в курсовых, дипломных и диссертационных работах и почему? Составьте список литературы к вашей работе.
- 10. Что такое цитата, для чего употребляются цитаты и каким должно быть цитирование в научном исследовании?
- 10.1. Почему цитата должна сопровождаться указанием на источник?
- 10.3. С какой буквы - строчной или прописной начинается цитата и почему?
- 10.4. Как оформляется цитата, если из цитируемого источника она приводится не полностью?
- 10.5. Что такое не прямое цитирование и как оно оформляется?
- 10.6. Приведите примеры из книги по вашей специальности прямое и не прямое цитирование

Примеры тестовых заданий (ситуаций).

1. Наука это:

- А) система знаний, накопленных человеком
- Б) исторически сложившаяся форма человеческой деятельности, направленная на формирование окружающей действительности
- В) совокупность организаций и учреждений, в которых осуществляется изучение человека

2. Признаки обязательные для научного исследования:

- А) системность
- Б) бессистемность
- В) объективность

3. Проблема – это:

- А) вопрос, у которого есть готовый ответ
- Б) вопрос, решение у которого нет готового ответа
- В) важные в практическом или теоретическом отношении задачи

4. Система - это:

- А) соединение самостоятельных, не взаимодействующих между собой элементов
- Б) организованное множество элементов, образующее целостное единство
- В) множество элементов, не связанное между собой

5. Структура это:

- А) совокупность связей и отношений между элементами системы
- Б) соединение элементов разных систем, не связанных между собой
- В) соединение самостоятельных, независимых друг от друга частей

Вопросы к экзамену:

1. Наука и её характеристика.
2. Диалектический метод в исследовании культуры.
3. Понятийно-категориальный аппарат исследования.
4. Классификация научных методов в культурологии.
5. Язык как способ выражения научного знания.
6. Комплексный подход в исследовании культуры.
7. Два уровня научного знания: эмпирический и теоретический.
8. Методы культурологи
9. Составление программы научного исследования
10. Основные правила оформления цитат.
11. Общая характеристика методов научного исследования.
12. Библиографическое описание источника.
13. Аннотация научной информации.
14. Структурный метод
15. Правила составления «Списка источников и литературы».
16. Историзм как метод изучения культуры
17. Особенности научного публичного выступления.
18. Системный подход исследования

	<p>19. Сравнительно-исторический подход в исследовании.</p> <p>20. Рубрикация текста и её виды.</p> <p>21. Тезисы как краткое изложение основных мыслей выступления</p> <p>22. Сноски: виды и оформление.</p> <p>23. Реферат как жанр научного исследования</p> <p>24. Особенности написания и оформления курсовой работы</p> <p>25. План как совокупность коротко сформулированных мыслей-заголовков.</p> <p>Виды плана.</p> <p>26. Справочно-библиографический раздел исследования</p> <p>27. Особенности составления конспекта источника или литературы</p> <p>28. Работа с научной литературой.</p> <p>29. Научная статья и методика её написания.</p> <p>30. Методы социологического исследования.</p> <p>31. Теоретические основы научного исследования</p> <p>32. Эмпирические методы исследования</p> <p>33. Библиографический метод исследования.</p> <p>34. Эксперимент и его проведение</p> <p>35. Теоретические методы исследования.</p> <p>36. Анализ и синтез как методы научного исследования.</p> <p>37. Личностно-деятельностный подход в научном исследовании.</p> <p>38. Структура научного исследования.</p> <p>39. Контент-анализ как метод исследования.</p> <p>40. Метод аналогии.</p> <p>41. Методы научного исследования.</p> <p>42. Метод моделирования</p> <p>43. Методика научного исследования» и критерии её выбора.</p> <p>44. Обоснование методологии исследования</p> <p>45. Индукция и дедукция как методы исследования.</p> <p>46. Цель и задачи исследования</p> <p>47. Композиционно-структурная организация текста.</p> <p>48. Оформление курсовой и дипломной работы.</p> <p>49. Предмета научного исследования.</p> <p>50. Гипотеза как необходимая часть исследования.</p>
<p>Б1. Б.14 Интегрированные коммуникации</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Устный опрос • Подготовка эссе, рефератов, презентаций. <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестров по дисциплине проходит в форме зачета в 5 семестре и экзамена в 6 семестре.</p>

Текущий контроль

Примерные вопросы для проведения текущего контроля

1. Когда возникло понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации»?
2. Какие причины вызвали необходимость объединять маркетинговые, рекламные и PR-коммуникации?
3. Дайте основные интерпретации понятия «коммуникация».
4. Охарактеризуйте субъект, объект ИК.
5. Сформулируйте цели и задачи интегрированных коммуникаций.
6. Перечислите маркетинговые обращения и средства маркетинга, выделяемые в концепции интегрированных коммуникаций..
7. Охарактеризуйте модель интеграции PR-обращений.
8. Опишите модель и этапы составления программы интегрированных маркетинговых коммуникаций.
9. В чем заключается интеграция усилий внутренних структур компании?
10. Интегрированное использование инструментов коммуникаций – как организуется взаимодействие?
11. Как распределение информации и повышение эффективности ее восприятия воздействует на повышение эффективности ИК-кампаний?
12. Охарактеризуйте роль рекламы в ИК.
13. Охарактеризуйте роль связей с общественностью в ИМК.
14. Выделите и опишите функции специалиста по интегрированным коммуникациям.
15. В каких профессиональных ролях и как совмещаются функция сбора и анализа информации и функция разработки имиджа базисного субъекта?
16. Какие коммуникативные функции совмещены в должности пресс-секретаря?
17. В какой профессиональной роли совмещаются функция анализа информации по специфике потребительского поведения и функция рекламы?
18. Какие функции входят в должностную роль имиджейкера?
19. Какие коммуникативные функции совмещены в профессиональной роли спичрайтера?
20. Опишите интегрированные коммуникативные функции должностной роли спин-доктора;
21. Какие требования предъявляются к профессиональным ролям специалиста в области интегрированных коммуникаций?
22. Какими личностными качествами и почему должен обладать специалист в области интегрированных коммуникаций?
23. Перечислите цели социологических исследований в PR.
24. Охарактеризуйте открытый и закрытый виды сбора социальной информации.
25. Дайте определение количественного подхода к сбору и анализу социальной информации.
26. Какие проблемы в связях с общественностью решаются с помощью количественных методов?
27. Какие факторы определяют качество эмпирического сбора социальной информации?
28. Сферы применения качественных методов сбора информации в связях с общественностью.
29. Стратегия и типология качественных методов сбора и анализа социальной информации.
30. Чем отличаются качественные методы сбора информации от количественных?
31. На достижение каких результатов, направлены качественные методы?
32. Применима ли к качественному исследованию понятие «репрезентативность»?
33. Дайте классификацию качественным методам сбора социальной информации.

34. Опишите специфику методики драматургического подхода. Как она соотносится с методом наблюдения?
35. Дайте описание различным вариантам анализа документов.
36. Выделите технологические принципы метода наблюдения, где он используется PR-специалистами?
37. Чем глубинное интервью отличается от стандартизированного?
38. Проинтерпретируйте 12 правил проведения глубинного интервью.
39. Выделите показатели качества глубинного интервью.

Примерная тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Реклама как канал коммуникации.
2. Реклама как механизм общественных связей и отношений.
3. Современные рекламные технологии.
4. Планирование и проведение интегрированных рекламных кампаний.
5. Целевая аудитория в рекламной коммуникации.
6. Понятие, сущность, цели, задачи, содержание, принципы, функции связей с общественностью.
7. Интегративные и коммуникативные функции связей с общественностью.
8. Создание репутации и социальная ответственность.
9. Имиджелогия в системе интегрированных коммуникаций.
10. Коммуникационная стратегия управления брендом.
11. Бренд как средство коммуникации между покупателем и продавцом.
12. Развитие бренда средствами PR и рекламы. и как элемент культуры организации.
13. Сегментирование рынка и позиционирование брендов.
14. Драйверы организации и бренда как инструменты ИК: миссия, ценности, история, мифы.
15. Культурная идентичность организации.
16. Бренд как средство формирования имиджа организации и стратегия управления формирования ее культуры.
17. Инновационные подходы к ивент-менеджменту.
18. Направления ивент-деятельности, инструментарий.
19. Организация B2B событий.
20. Стимулирование сбыта среди потребителей.
21. Организация промо-событий в рознице.
22. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.
23. Выбор средства доставки информации с учетом задач.
24. Специальные события и спонсорство, благотворительность.
25. Дизайн события в ивент-менеджменте.
26. Креативная разработка события.
27. Планирование события.
28. Разработка, подготовка и реализация событий.
29. Оценка результатов событий.
30. Каналы внутренних коммуникаций.
31. Документы, формализующие корпоративную культуру.
32. Каскадирование информации.
33. Корпоративные СМИ.
34. Традиционные СМИ: роль, место и специфика в системе внутренних коммуникаций.

35. Специфика электронных коммуникаций.
36. Обратная связь с сотрудниками, исследования внутри компании.
37. Неформальные каналы коммуникации.
38. Слухи.
39. Управление неформальными коммуникациями.
40. Индикаторы эффективности работы отдела внутрикорпоративных коммуникаций.
41. Инструменты HR-маркетинга для формирования сильного внутрикорпоративного бренда.
42. Внутренние коммуникации компании как инструмент HR-маркетинга.
43. Директ-маркетинг как компонент ИМК.
44. Интеграционные процессы в директ-маркетинге.
45. Интеграция личных продаж в маркетинговые коммуникации.
46. Стимулирование потребителей и сбыта как массовые личные маркетинговые коммуникации с потребителем.
47. Система RACE как схема модульных технологий интегрированных коммуникаций.
48. Продюсерский проект при выводе компании на рынок, при продвижении, при перепозиционировании.
49. Алгоритм социального проектирования.
50. Продюсирование как пиар технология - проект менеджмент, коучинг менеджмент.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине (5 семестр)

1. Соотношение функций отделов маркетинга, СО и рекламы в ИК.
2. Знания и личностные качества специалиста по СО.
3. Содержание деятельности специалиста по СО.
4. Невербальные коммуникации в СО.
5. Анализ основных подходов к определению СО.
6. Понятие и сущность СО.
7. Принципы и функции СО.
8. Базисные науки СО.
9. Становление СО как области знаний и сферы деятельности.
10. Теория и практика СО на современном этапе.
11. Сферы применения PR.
12. Основы коммуникаций в СО.
13. Коммуникативная модель PR-технологий.
14. Коммуникация и распространение информации в обществе.
15. Теории распространения информации в обществе: теория лидеров мнений, диффузная теория и др.
16. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
17. Значимость вербальных коммуникаций в СО.
18. Межличностное общение как механизм СО.
19. Публичные выступления.
20. Общая модель подготовки и произнесения устного выступления.

21. Диалогические формы общения в системе СО.
22. Специфика диалогической формы общения. Виды диалогов.
23. Невербальные коммуникации в СО.
24. Отношения со средствами массовой информации (СМИ).
25. Понятие о массовых коммуникациях и средствах массовой информации.
26. Методы построения работы со СМИ.
27. Специфика работы радио, прессы, телевидения.
28. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации.
29. Менеджмент новостей. Профессия «спин-доктор».
30. Механизмы управления новостной информацией.
31. Приемы конструирования новостной информации.
32. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала.
33. Слухи, их особенности и факторы распространения.
34. Понятие имиджа. Классификации имиджей.
35. Основы построения персонального имиджа.
36. Корпоративный имидж. Модель корпоративного имиджа по А.Н. Чумикову.
37. Управление кризисом и возможностями.
38. Понятие кризиса. Особенности использования информации во время кризисов.
39. Подготовка к кризисам.
40. Некоторые особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
41. Управление PR-деятельностью.
42. PR-кампания и ее составляющие.
43. Служба PR в организации: функции, структура, состав.
44. Специализированная PR-фирма.
45. Различные способы оценки PR-деятельности.
46. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства.
47. Государственные PR.
48. Избирательные (политические) PR.
49. Финансовые PR.
50. Бизнес-PR.

Примерные вопросы к экзамену по дисциплине (6 семестр)

1. Истоки и основные парадигмы социальной коммуникации.
2. Подходы к определению понятия «интегрированные коммуникации».
3. Сущность интегрированных коммуникаций.
4. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современных бизнес-организациях.
5. Социальные аспекты маркетинговых коммуникаций.
6. Контент как ключевая составная часть коммуникационного пространства.
7. Корпоративные коммуникации и их особенности.
8. Коммуникации от лица государства.
9. Общественные негосударственные структуры как источник коммуникаций.
10. Персональные коммуникации.

	<ol style="list-style-type: none"> 11. Подразделения, осуществляющие интегрированные коммуникации. 12. Принципы коммуникационного взаимодействия фирмы и потребителя. 13. Маркетинговые, социологические и рекламные исследования. 14. Фактор он-лайн коммуникаций в современных интегрированных коммуникациях. 15. Коммуникационные практики в современном мировом пространстве. 16. Глобализация как фактор современных интегрированных коммуникаций. 17. Управление информационным потоком в современных коммуникациях. 18. Интегрированные коммуникации в пространстве социальных сетей. 19. Реклама как канал коммуникации. 20. Реклама как механизм общественных связей и отношений. 21. Современные рекламные технологии. 22. Планирование и проведение интегрированных рекламных кампаний. 23. Понятие, сущность, цели, задачи, содержание, принципы, функции связей с общественностью. 24. Интегративные и коммуникативные функции связей с общественностью. 25. Создание репутации и социальная ответственность. 26. Имиджелогия в системе интегрированных коммуникаций. 27. Коммуникационная стратегия управления брендом. 28. Развитие бренда средствами PR и рекламы. и как элемент культуры организации. 29. Сегментирование рынка и позиционирование брендов. 30. Бренд как средство формирования имиджа организации и стратегия управления формирования ее культуры. 31. Инновационные подходы к ивент-менеджменту. 32. Направления ивент-деятельности, инструментарий. 33. Организация B2B событий. 34. Стимулирование сбыта среди потребителей. 35. Организация промо-событий в рознице. 36. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга. 37. Специальные события и спонсорство, благотворительность. 38. Каналы внутренних коммуникаций. 39. Корпоративные СМИ. 40. Специфика электронных коммуникаций. 41. Обратная связь с сотрудниками, исследования внутри компании. 42. Неформальные каналы коммуникации. 43. Индикаторы эффективности работы отдела внутрикорпоративных коммуникаций. 44. Инструменты HR-маркетинга для формирования сильного внутрикорпоративного бренда. 45. Внутренние коммуникации компании как инструмент HR-маркетинга. 46. Директ-маркетинг как компонент ИМК. 47. Интеграция личных продаж в маркетинговые коммуникации. 48. Стимулирование потребителей и сбыта как массовые личные маркетинговые коммуникации с потребителем. 49. Система RACE как схема модульных технологий интегрированных коммуникаций. 50. Продюсерский проект при выводе компании на рынок, при продвижении, при перепозиционировании. 51. Алгоритм социального проектирования. 52. Продюсирование как пиар технология - проект менеджмент, коучинг менеджмент.
Б1.Б.15 Основы экономики и	Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм

управления в профессиональной деятельности

контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- Тестирование
- Подготовка эссе, рефератов, презентаций.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 6 семестре и экзамена в 7 семестре.

Текущий контроль

Примеры тестовых заданий (ситуаций)

Деньги возникли потому, что:

- A Люди договорились об их необходимости;
- B Это требовали условия обмена товарами;
- C Удобнее пользоваться деньгами, чем их суррогатами;
- D Деньги придают обмену регулярный характер;

2. Разгосударствление – это:

- A Передача функций управления регионом;
- B Передача государственной собственности в частную;
- C Продажа с аукциона государственных предприятий;
- D Все ответы не верны;

3. Если экономика исследуется как целостная система. То это анализ:

- A Микроэкономический;
- B Макроэкономический;
- C Мезоэкономический;
- D Мезоэкономический;

4. Рынок является равновесным, если:

- A Цена, издержки плюс прибыль;
- B Покупатель готов платить самую низкую цену;
- C Производитель готов продать по самой низкой цене;
- D Спрос равен предложению;

5. Факторы производства – это:

- A Традиционные;
- B Использованные;
- C Применяемые;
- D Будущие ресурсы производства;

6. Инвестиции – это долгосрочные вложения средств:

- A В промышленность и сельское хозяйство;
- B В строительство;

СВ промышленность и сельское хозяйство и строительство;
D В любую сферу экономики;

7. Производство как экономическая категория обозначает:
A Место, где трудится человек;
B Одну из сторон жизни общества;
C Процесс взаимодействия людей с природой, в котором она приспосабливается для удовлетворения их потребностей;
D Непосредственно работает на конечного потребителя;
8. Международные экономические отношения включают в себя:
A Международную торговлю;
B Движение капитала и миграцию рабочей силы;
C Валютные отношения и научно-технический обмен;
D Все ответы верны;
9. Какая из характеристик не относится к рыночной экономики:
A Конкуренция;
B Централизованное планирование;
C Частная собственность;
D Свобода предпринимательского выбора;
10. Приватизация – это:
A Делегирование функций управления регионом;
B Передача государственной собственности в частную;
C Акционирование государственных предприятий;
D Децентрализация экономики;

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Предмет экономической теории и основные этапы ее развития
2. Функции и структура экономической теории
3. Сущность функционального анализа в экономической теории
4. Принцип экономического мышления "предельные затраты – предельные выгоды"
5. Экономические проблемы общества (что, как и для кого производить)
6. Основные модели экономических систем
7. Фундаментальные принципы экономики (редкость ресурсов и безграничность потребностей)
8. Технологический выбор в экономике
9. Полная занятость и полный объем производства. Экономический рост
10. Закон возрастающих альтернативных издержек
11. Закон убывающей доходности

12. Структура и условия возникновения рынка
13. Основные элементы рыночного механизма и их взаимодействие
14. Спрос и полезность
15. Закон спроса. Детерминанты спроса
16. Закон убывающей предельной полезности
17. Предложение и издержки производства
18. Закон предложения. Детерминанты предложения
19. Рыночное равновесие. Уравновешивающая функция цены
20. Экономические и неэкономические блага. Товар
21. Собственность. Экономические и правовые аспекты собственности.
22. Собственность и формы предпринимательства
23. Рыночная экономика и ее характерные черты
24. Ограниченность рынка и функции государства
25. Основные экономические субъекты и их взаимодействие
26. Характерные черты рынка совершенной конкуренции
27. Эластичность спроса и предложения
28. Издержки производства
29. Предельные издержки и предельный доход в условиях совершенной конкуренции
30. Возможные варианты положения фирмы на рынке
31. «Чистая» монополия
32. Олигополия и монополистическая конкуренция
33. Монополия
34. Выигрыш и потери общества от несовершенной конкуренции
35. Антимонопольное законодательство и регулирование экономики
36. Труд как фактор производства
37. Заработная плата и ее виды
38. Капитал как фактор производства. Процент
39. Специфика предпринимательства как фактора производства. Нормальная прибыль
40. Прибыль и убытки как сигнальная система для перелива ресурсов в рыночной экономике
41. Специфика земли как фактора производства
42. Рыночный механизм формирования доходов и система социальных гарантий государства
43. взаимодействие между фирмами, домашними хозяйствами и государством в экономике в целом
44. Измерения в макроэкономике. ВВП.

45. Совокупный спрос и факторы его определяющие
46. Совокупное предложение и факторы его определяющие
47. Деньги и их функции
48. Эволюция денег. Уравнение обмена
49. Денежная масса и ее основные компоненты
50. Современная банковская система
51. Денежно- кредитная политика Центрального банка
52. Основные виды ценных бумаг
53. Рынок ценных бумаг и его структура
54. фондовая биржа и механизм ее функционирования
55. Государственное регулирование рынка ценных бумаг
56. Кредит, его основные функции и виды
57. Государственный бюджет. Специфика доходов и расходов бюджетов различных уровней
58. Принципы и функции налогообложения
59. Основные виды налогов
60. Роль налогов в макроэкономическом регулировании. Кривая Лаффера
61. Бюджетный дефицит. Государственный долг
62. Экономический цикл и его фазы
63. Безработица и ее основные формы
64. Измерение безработицы. Экономическая цена безработицы
65. Инфляция и ее основные виды
66. Взаимосвязь инфляции и безработицы. Кривая Филипса
67. Социально-экономические последствия инфляции
68. Международная экономика как современный этап развития
69. Международное разделение факторов производства как основа взаимовыгодного сотрудничества между странами
70. Мировая торговля и внешнеторговая политика
71. Международное движение труда и капитала
72. Международные валютные отношения
73. Роль международных институтов и учреждений в регулировании международных экономических отношений
74. Интеграционные процессы в мировой экономике

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине в 6 семестре

1. Основные этапы развития экономической теории.
2. Предмет экономической теории.
3. Функции экономической теории.
4. Методология экономических исследований.
5. Товарное производство: сущность, особенности, типы.
6. Трудовая теория стоимости.
7. Альтернативные теории стоимости.
8. Происхождение, сущность, функции и виды денег.
9. Сущность рынка и его функции.
10. Классификация рынков.
11. Преимущества и недостатки рынка.
12. Сущность конкуренции и её виды.
13. Совершенная конкуренция.
14. Монополия и монополия.
15. Монополистическая конкуренция.
16. Олигополия.
17. Цена: её функции и виды.
18. Спрос. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос.
19. Предложение. Закон предложения. Факторы, влияющие на предложение.
20. Взаимодействие спроса и предложения.

Примерные вопросы к экзамену по дисциплине в 7 семестре

1. Макроэкономические цели и инструменты.
2. Система макроэкономических показателей.
3. ВВП и методика его исчисления.
4. Цикличность экономического развития и её причины.
5. Фазы цикла. Виды циклов.
6. Сущность и причины инфляции.
7. Виды инфляции и её социально-экономические последствия.
8. Антиинфляционная политика государства и особенности инфляционного процесса в России.
9. Сущность и функции финансов.
10. Финансовая система и её элементы.
11. Государственный бюджет: его сущность и структура.
12. Проблема бюджетного дефицита и государственного долга.
13. Ценные бумаги и их виды.
14. Механизм функционирования рынка ценных бумаг.
15. Фондовая биржа: история возникновения и её механизм.

	<p>16. Современное состояние рынка ценных бумаг в России. 17. Необходимость и сущность кредита. 18. Источники и формы кредита в условиях рыночной экономики. 19. Сущность, функции и виды банков. 20. Пассивные и активные операции банков. 21. Банковская система России в современных условиях. 22. Необходимость и границы государственного регулирования экономики. 23. Экономические функции государства. 24. Методы государственного регулирования экономики. 25. Инструменты государственного регулирования экономики. 26. Сущность и функции налогов. 27. Классификация налогов и принципы налогообложения. 28. Налоговая система и её элементы. 29. Налоговая политика и задачи налогообложения в России.</p>
<p>Б1.Б.16 Информационные системы и технологии</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: <i>устный опрос, письменные индивидуальные задания; расчетно-аналитические задания</i></p> <p><i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: <i>устные ответы, письменные работы, практические и лабораторные работы, оценка выполнения самостоятельной работы студентов: работа с первоисточниками, реферативная.</i></p> <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.</p> <p>Оценочные средства</p> <p>Примеры тестовых заданий</p> <p>Тестовые задания не предусмотрены</p> <p>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные понятия информатики. 2. Процессы преобразования информации. 3. Системы и сети информационного обмена. 4. Информационные системы. Определение, задачи, функции, состав, структура, основные элементы, порядок функционирования. 5. Классификация информационных систем 6. Документальные и фактографические системы. 7. Предметная область информационных систем. 8. Документальные системы. 9. Информационно-поисковый язык. 10. Система индексирования. 11. Технология обработки данных. 12. Поисковый аппарат.

13. Фактографические системы: предметная область, концептуальные средства описания, модель сущность-связь.
 14. Модели данных.
 15. Понятие информационной технологии.
 16. Эволюция информационных технологий.
 17. Свойства информационных технологий.
 18. Понятие платформы.
 19. Классификация информационных технологий.
 20. Предметная технология.
 21. Информационная технология.
 22. Обеспечивающие информационные технологии.
 23. Функциональные информационные технологии.
 24. Распределенные функциональные информационные технологии.
 25. Объектно-ориентированные информационные технологии.
- Тематика эссе и рефератов.**
1. Информационная деятельность, как атрибут основной деятельности.
 2. Системы и сети информационного обмена.
 3. Программные средства реализации документальных информационных систем.
 4. Программные средства реализации фактографических информационных систем.
 5. Объектно-ориентированные информационные технологии.
 6. Стандарты пользовательского интерфейса информационных технологий.
 7. Применение информационных технологий на рабочем месте пользователя.
 8. Автоматизированное рабочее место: электронный офис, электронная почта, телеконференции, доска объявлений.
- Гипертекстовые и мультимедийные информационные системы.
9. Глобальные системы. Видеоконференции и системы групповой работы.
 10. Корпоративные информационные системы.
- Вопросы к зачету по дисциплине.**
26. Основные понятия информатики.
 27. Процессы преобразования информации.
 28. Системы и сети информационного обмена.
 29. Информационные системы. Определение, задачи, функции, состав, структура, основные элементы, порядок функционирования.
 30. Классификация информационных систем
 31. Документальные и фактографические системы.
 32. Предметная область информационных систем.
 33. Документальные системы.
 34. Информационно-поисковый язык.
 35. Система индексирования.
 36. Технология обработки данных.
 37. Поисковый аппарат.
 38. Фактографические системы: предметная область, концептуальные средства описания, модель сущность-связь.
 39. Модели данных.
 40. Понятие информационной технологии.

41. Эволюция информационных технологий.
 42. Свойства информационных технологий.
 43. Понятие платформы.
 44. Классификация информационных технологий.
 45. Предметная технология.
 46. Информационная технология.
 47. Обеспечивающие информационные технологии.
 48. Функциональные информационные технологии.
 49. Распределенные функциональные информационные технологии.
 50. Объектно-ориентированные информационные технологии.
 51. Стандарты пользовательского интерфейса информационных технологий.
 52. Информационные технологии конечного пользователя.
 53. Пользовательский интерфейс и его виды.
 54. Технология обработки данных и ее виды.
 55. Технологический процесс обработки и защиты данных.
 56. Автоматизированное рабочее место.
 57. Электронный офис.
 58. Технологии открытых систем.
 59. Сетевые информационные технологии.
 - 60.
 61. Электронная почта, телеконференции, доска объявлений.
 62. Гипертекстовые и мультимедийные информационные системы.
 63. Интеграция информационных систем.
 64. Распределенные системы обработки данных.
 65. Технологии «клиент-сервер».
 66. Информационные хранилища.
 67. Системы электронного документооборота.
 68. Геоинформационные системы.
 69. Глобальные системы.
 70. Видеоконференции и системы групповой работы.
 71. Корпоративные информационные системы.
- Вопросы к экзамену по дисциплине**
1. Основные понятия информатики.
 2. Процессы преобразования информации.
 3. Информационная деятельность, как атрибут основной деятельности.
 4. Системы и сети информационного обмена.
 5. Информационные системы. Определение, задачи, функции, состав, структура, основные элементы, порядок функционирования.
 6. Классификация информационных систем, документальные и фактографические системы.
 7. Предметная область информационных систем.
 8. Документальные системы.
 9. Информационно-поисковый язык.

10. Система индексирования.
11. Технология обработки данных.
12. Поисковый аппарат.
13. Критерии оценки документальных систем.
14. Программные средства реализации документальных информационных систем.
15. Фактографические системы: предметная область, концептуальные средства описания, модель сущность-связь.
16. Модели данных.
17. Программные средства реализации фактографических информационных систем.
18. Понятие информационной технологии. Эволюция информационных технологий, их роль в развитии экономики и общества.
19. Свойства информационных технологий.
20. Понятие платформы.
21. Классификация информационных технологий.
22. Предметная технология.
23. Информационная технология.
24. Обеспечивающие и функциональные информационные технологии.
25. Распределенные функциональные информационные технологии.
26. Объектно-ориентированные информационные технологии.
27. Стандарты пользовательского интерфейса информационных технологий.
28. Критерии оценки информационных технологий.
29. Информационные технологии конечного пользователя.
30. Пользовательский интерфейс и его виды.
31. Технология обработки данных и ее виды.
32. Технологический процесс обработки и защиты данных.
33. Графическое изображение технологического процесса, меню, схемы данных, схемы взаимодействия программ.
34. Применение информационных технологий на рабочем месте пользователя.
35. Автоматизированное рабочее место.
36. Электронный офис.
37. Технологии открытых систем.
38. Сетевые информационные технологии.
39. Электронная почта, телеконференции, доска объявлений.
40. Гипертекстовые и мультимедийные информационные системы.
41. Интеграция информационных систем.
42. Распределенные системы обработки данных.
43. Технологии «клиент-сервер».
44. Информационные хранилища.
45. Системы электронного документооборота.
46. Геоинформационные системы.
47. Глобальные системы.
48. Видеоконференции и системы групповой работы.
49. Корпоративные информационные системы.

--	--

Б.1. Б.18 Физическая культура и спорт

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

устный опрос

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: практические, оценка выполнения самостоятельной работы студентов.

Промежуточный контроль в форме зачета (2, 4 семестр)

Текущий контроль

Вопросы для проведения текущего контроля

1. Современное состояние физической культуры и спорта
2. Деятельностная сущность физической культуры в различных сферах жизни
3. Ценности физической культуры.
4. Ценностные ориентации и отношения студентов к физической культуре и спорту.
5. Средства физической культуры и спорта в управлении совершенствованием функциональных возможностей организма в целях обеспечения умственной и физической деятельности.
6. Здоровье человека как ценность и факторы, его определяющие
7. Взаимосвязь общей культуры студента и его образа жизни
8. Здоровый образ жизни и его составляющие.
9. Динамика работоспособности студентов в учебном году и факторы, ее определяющие.
10. Методические принципы физического воспитания.
11. Структура и направленность учебно-тренировочного занятия.
12. Общая физическая подготовка, ее цели и задачи
13. Специальная физическая подготовка
14. Зоны и интенсивность физических нагрузок.
15. Возможность и условия коррекции физического развития, телосложения, двигательной и функциональной подготовленности средствами физической культуры и спорта в студенческом возрасте.
16. Мотивация и целенаправленность самостоятельных занятий.
17. Формы и содержание самостоятельных занятий.
18. Организация самостоятельных занятий физическими упражнениями различной направленности.
19. Особенности самостоятельных занятий для женщин
20. Планирование и управление самостоятельными занятиями.
21. Границы интенсивности нагрузок в условиях самостоятельных занятий у лиц разного возраста.
22. Гигиена самостоятельных занятий.
23. Самоконтроль за эффективностью самостоятельных занятий. Участие в спортивных соревнованиях.
24. Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели и задачи
25. Универсиады и Олимпийские игры.
26. Возможные формы организации тренировки в вузе.
27. Основные пути достижения необходимой структуры подготовленности занимающихся
28. Контроль за эффективностью тренировочных занятий.
29. Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.

30. Самоконтроль, его основные методы, показатели и критерии оценки, дневник самоконтроля.
31. Коррекция содержания и методики занятий физическими упражнениями и спортом по результатам показателей контроля.
32. Определение понятия ППФП, ее цели, задачи, средства.
33. Контроль за эффективностью профессионально-прикладной физической подготовленности студентов
34. Производственная физическая культура. Производственная гимнастика
35. Особенности выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Лечебно-физическая культура при различных заболеваниях человека.
2. Физическая культура и спорт в сессионный период.
3. Методы врачебного контроля в физическом воспитании.
4. Влияние занятий физической культуры на состояние здоровья студентов различных специальностей.
5. История развития физической культуры и спорта
6. Организация и проведение занятий по физической культуре и спорту среди различных возрастных групп.
7. Влияние игровых видов спорта на развитие физических качеств.
8. Физическая культура и геронтология.
9. Олимпийское воспитание.
10. Национальные игры как средство двигательной активности.
11. Развитие аэробных возможностей организма средствами физической культуры и спорта.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету по дисциплине

1. Перечислите основные факторы внешней среды, влияющие на организм человека. Охарактеризуйте каждую группу факторов внешней среды.
2. Костная система человека. Состав и основные функции.
3. Мышечная система человека. Состав и функции.
4. Типы мышц и их функции.
5. Функции скелетных мышц и механизм их сокращения.
6. Назовите функции центральной и периферической нервной системы.
7. Сердечно - сосудистая система человека. Состав и функции.
8. Дыхательная система человека. Состав и функции.
9. Основные параметры, характеризующие состояние сердечно-сосудистой и дыхательной систем.
10. Эндокринная система человека. Состав и функции.
11. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья.
12. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.
13. Общая физическая и спортивная подготовка в системе физического воспитания.
14. Организационные основы занятий физическими упражнениями.
15. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.

	<p>16. Лечебная физическая культура как средство реабилитации человека. Частные методики ЛФК при распространенных заболеваниях у студентов.</p> <p>17. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.</p> <p>18. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.</p> <p>19. Контроль и самоконтроль занимающихся физической культурой и спортом.</p> <p>20. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов.</p>
<p>Б1.В.ОД.1 Основы теории коммуникации</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос • подготовка эссе, рефератов, презентаций; • тестовые задания <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена в 1 семестре.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Примеры тестовых заданий</p> <p><u>1. Какова структура коммуникативного акта?</u></p> <p>А. адресант → сообщение → адресат;</p> <p>Б. адресат → сообщение → адресант;</p> <p>В. сообщение → канал → сообщение.</p> <p><u>2. Что включает в себя невербальная коммуникация?</u></p> <p>А. внушение, подсознание;</p> <p>Б. речевое общение;</p> <p>В. «язык тела».</p> <p><u>3. Что изучает паралингвистика ?</u></p> <p>А. вербальную коммуникацию;</p> <p>Б. невербальную коммуникацию;</p>

Г. массовую коммуникацию.

4. Конгруэнтность это:

А. восприятие слов и жестов говорящего;

Б. совпадение слов и жестов говорящего;

В. передача слов и жестов говорящего.

5. Что обозначает термин референция в коммуникативном акте ?

А. язык и его разновидность;

Б. обстоятельства события;

В. содержание сообщения.

6. Что включает в себя художественная коммуникация?

А. мифологию;

Б произведения искусства;

В. ритуал.

7. Что изучает проксемика?

А. прикосновения в процессе коммуникации;

Б. расположения людей в процессе коммуникации;

В. моторику тела в процессе коммуникации.

8. Спичрайтер это:

А. человек, занимающийся исправлением освещения событий в СМИ;

Б. человек, участвующий в создании документов для руководителей государства;

В. специалист по связям с общественностью.

9. К какому виду коммуникации можно отнести ритуал сватовства?

- А. перформанская;
- Б. художественная;
- В. мифологическая.

10. Паблик рилейшенз это:

- А. рекламное стимулирование, способствующее продвижению товаров и услуг на рынке;
- Б. средства массовой информации;
- В. отношения, связи с общественностью.

11. Отправитель сообщения в коммуникации это:

- А. адресат;
- Б. референция;
- В. адресант.

12. Что изучает такесика?

- А. прикосновения в процессе коммуникации;
- Б. проявление эмоций и чувств в процессе коммуникации;
- В. движения мышц тела в процессе коммуникации.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Определения коммуникации;
2. Генезис коммуникаций.
3. Виды коммуникаций;
4. Невербальные коммуникации;
5. Вербальные коммуникации;

	<p>6.Эволюция и основные парадигмы социальной коммуникации;</p> <p>7.Модели коммуникации;</p> <p>8.Массовые коммуникации и «галактика Гутенберга»;</p> <p>9.Массовые коммуникации и информациональное общество;</p> <p>10. Коммуникации в социальных сетях;</p> <p>11. Межкультурные коммуникации;</p> <p>12.Межличностные коммуникации;</p> <p>13.Коммуникации в организациях;</p> <p>14.Основные виды Интернет-коммуникаций;</p> <p>15.Коммуникация в социальных сетях Интернет;</p> <p>16.Масс-медиа в Интернет;</p> <p>17.Визуальный поворот и визуальные коммуникации;</p> <p>18. Модель коммуникативного процесса;</p> <p>19. Информация в коммуникативной системе;</p> <p>20. Общение как коммуникативный процесс;</p> <p>21. Коммуникатор: цели, роли, коммуникативная сфера;</p> <p>22.Коммуникативная личность и система социальных коммуникаций; 23.Содержание и средства речевой коммуникации;</p> <p>24.Семиотика языка;</p> <p>25.Обратная связь в системе коммуникаций;</p> <p>26.Общественное мнение;</p> <p>27.Барьеры и фильтры коммуникации;</p> <p>28.Производство и потребление информации: локальный аспект; 29.Производство и потребление информации: глобальный аспект; 30.Информатизация социума;</p> <p>31.Информационное общество;</p> <p>32. Информационная безопасность;</p> <p>33.Средства массовой информации;</p> <p>34.Электронные средства массовой коммуникации (СМК)</p>
--	--

Тематика эссе и презентаций

1. Функции коммуникации;
2. Модели коммуникации;
3. Коммуникативный процесс;
4. Теоретические модели коммуникации;
5. Коммуникаторы в коммуникационном процессе;
6. Коммуниканты в коммуникационном процессе;
7. Манипулятивные технологии;
8. Основные методологические подходы к коммуникации;
9. Социальные и коммуникативные взаимодействия;
10. Типология коммуникаций;
11. Виды коммуникаций;
12. Коммуникации в дигитальную эпоху;
13. Функции коммуникации в информациональном обществе;
14. Типология каналов коммуникации;
15. Невербальные коммуникации;
16. Креолизованные коды информации;
17. Вербальная коммуникация и ее формы;
18. Устная речь;
19. Письменная речь;
20. Методология семиотического подхода к коммуникации;
21. Семиотика рекламы;
22. Коммуникация в системе корпоративного управления;
23. Особенности коммуникативного взаимодействия организаций с внешней средой;
24. Методология изучения межкультурных коммуникаций;
25. Межкультурные коммуникации как «мягкая сила»;
26. Результаты межкультурных коммуникаций;
27. Функции СМИ в современном обществе;
28. Роль электронных СМИ в формировании картины современного мира;
29. Эффективность массовых коммуникаций;
30. Связи с общественностью в современном обществе;
31. Коммуникативная кампания в области PR;
32. Роль рекламы в современном обществе;
33. Типология рекламы;
34. Коммуникативная эффективность рекламы.

Тематика рефератов

1. Теоретические модели коммуникации;
2. Структура коммуникативного процесса;
3. Типология коммуникаторов;
4. Типология коммуникантов;
5. Основные методологические подходы к коммуникации;

6. Социальные и коммуникативные взаимодействия;
7. Коммуникация в малых группах;
8. Коммуникация в сетевом измерении;
9. Сохранение и передача культурного наследия;
10. Типология каналов коммуникации;
11. Коммуникация в малых группах;
12. Коммуникация в сетевом измерении;
13. Речевой и коммуникативный акт;
14. Высказывание, текст, дискурс;
15. Методология семиотического подхода к коммуникации;
16. Семиотика рекламы;
17. Виды коммуникаций в организациях;
18. Особенности внешних коммуникаций в организации;
19. Формы межкультурной коммуникации;
20. Типы аккультурации в межкультурной коммуникации;
21. Каналы массовой коммуникации;
22. Функции СМИ в обществе;
23. Функции PR в системе общественных отношений;
24. Коммуникативная кампания в области PR;
25. Особенности видов рекламной коммуникации;
26. Коммуникативная эффективность рекламных кампаний.

Промежуточный контроль

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
3. Функции коммуникации, единицы коммуникации, категории коммуникации.
4. Направления изучения коммуникации: бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменализм, функциональный подход, структурализм, технологический детерминизм и др.
5. Коммуникативные революции (изобретение письменности; изготовление печатного станка; внедрение электронных масс-медиа).
6. Позитивистский, неклассический (Ю.Хабермас) и постнеклассический (Н.Луман) методологические подходы к теории коммуникации.
7. Классическая парадигма коммуникации Г.Лассуэлла.
8. Теория массового общества и место коммуникации в ней.
9. Теории гегемонии массовой коммуникации, теория эгалитарной массовой коммуникации,
10. Структурно-функциональный подход к коммуникации.
11. Культурологические подходы к коммуникации.
12. Теория информационного общества.
13. Теория коммуникативной компетентности.
14. Базовые элементы социальной коммуникации.

15. Типы коммуникаций (Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня. Внешние и внутренние коммуникации. Непосредственные (прямые). Опосредованные коммуникации. Активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации).
16. Вербальные и невербальные коммуникации.
17. Виды коммуникаций: вертикальные и горизонтальные коммуникации, офисные коммуникации, конфликтные и протестные коммуникации, уличные коммуникации.
18. Реклама как вид коммуникации.
19. Функции массовой коммуникации.
20. Линейная модель коммуникации.
21. Нелинейные модели коммуникации.
22. Циркулярная модель коммуникации.
23. Семиотические модели коммуникации.
24. Двуступенчатые модели коммуникации.
25. Визуальный поворот. Визуальные коммуникации.
26. Коммуникации в организации и управлении.
27. Социальные сети и коммуникации.
28. Сетевые коммуникации в традиционных сетях.
29. Сетевые коммуникации в Интернете.
30. Межличностная коммуникация и ее модели.
31. Теории мотивации и межличностная коммуникация.
32. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
33. Особенности межличностных коммуникаций в поликультурном обществе.
34. Основные виды коммуникации в Интернет.
35. Эффективность коммуникаций и ее измерение.
36. Коммуникативный процесс и его модели.
37. Структура коммуникативного процесса.
38. Структура речевого сообщения. Структур рекламного текста.
39. Движение информации в каналах коммуникации.
40. Социальная коммуникативная ситуация.
41. Обмен информацией посредством формализованных каналов.
42. Обмен информацией посредством неформализованных каналов.
43. Аргументация как коммуникативная процедура.
44. Цели коммуникатора и способы их достижения.
45. Коммуникативные роли и коммуникативная сфера.
46. Личность в системе коммуникации.
47. Коммуникативная потребность.
48. Коммуникативная установка.
49. Коммуникативная культура личности.
50. Коммуникативная культура организации.
51. Информационный уровень коммуникативной культуры.
52. Перцептивный уровень коммуникативной культуры.
53. Интерактивный уровень коммуникативной культуры.
54. Эмоциональный уровень коммуникативной культуры.

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">55. Процессуальный уровень коммуникативной культуры.56. Гендерные факторы коммуникативной культуры организации.57. Информационные факторы коммуникативной культуры организации.58. Социоэкологические факторы коммуникативной культуры организации.59. Ситуационные факторы коммуникативной культуры организации.60. Коммуникативные системы.61. Семиотика языка: синтактика, семантика, прагматика.62. Целевая аудитория и обратная связь в коммуникации.63. Общественное мнение и средства его формирования и управления им.64. Барьеры коммуникации.65. Фильтры в коммуникативном процессе.66. Искажение информации в коммуникативном процессе.67. Структура информации.68. Информационная сфера общества и информатизация.69. Информация в процессах правления.70. Информациональное общество и процессы глобализации, регионализации, локализации и глокализации.71. Информационные ресурсы.72. Информационная безопасность.73. Информационный мониторинг.74. Информационные сети и сетевое общество.75. Современный Homo communicalis.76. Коммуникации и виртуальная реальность. |
|--|---|

Б1.В. ОД. 2 Основы рекламного маркетинга

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос
- подготовка эссе, рефератов, презентаций.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена в 1 семестре.

Оценочные средства

Примеры тестовых заданий – тестовые задания не предусмотрены

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Какие основные тенденции присущи современному рекламному рынку?
2. Объясните, с чем, по-вашему мнению, связано резкое усиление процесса по слиянию крупнейших рекламных структур в мире?
3. Какие показатели, характеризующие уровень развития рекламных рынков, представляются вам более точными? Почему?
4. В чем заключается специфика российского рекламного рынка?
5. Можно ли утверждать, что при благоприятном развитии отечественного рекламного рынка, доля региональной рекламы будет возрастать? Если да, то почему?
6. Какова роль государства в функционировании рекламного рынка? Можно ли утверждать, что чем меньше государство будет вмешиваться в деятельность субъектов рекламного рынка, тем будет лучше для развития рекламного рынка?
7. Можно ли назвать рекламное агентство агентством полного цикла, если оно занимается всеми вопросами рекламной деятельности – разработкой рекламной стратегии, производством рекламной продукции, её размещением, включая медиабаинг – но только в одном виде рекламы, например в газетно-журнальной или телевизионной рекламе?
8. От каких факторов зависит «длина цепочки» рекламодатель-потребитель? Может ли количество «звеньев» в ней сказаться специфика рекламируемой продукции?
9. Какие из составляющих комплекса маркетинга – товар, цена, организация сбыта и стимулирование сбыта – наиболее активно применяются рекламными структурами при работе на рекламном рынке и почему?
10. Какие факторы могут способствовать и препятствовать процессу серьезного роста цен на рекламную продукцию в России?
11. В чем заключается этический момент, когда речь заходит «о рекламе рекламы»?
12. Может ли появление нового рекламоносителя в рамках уже существующего сегмента рекламного рынка (например, в рамках наружной рекламы) привести к выделению нового самостоятельного вида рекламы?
13. Целесообразно ли рекламную продукцию для прессы разделить на два абсолютно самостоятельных вида – газетную и журнальную рекламы – и поставить их в один ряд с рекламой для телевидения, радио, наружной рекламой?
14. Чем, по вашему мнению, объясняется повышенный интерес к формам не прямой рекламы на телевидении (прежде всего к спонсорству) в последнее время в России?
15. Какие рекламные услуги на отечественном рекламном рынке, на ваш взгляд, являются наиболее востребованными и почему? Какие рекламные услуги не достаточно представлены?

16. Какого рода рекламные услуги сложнее всего получить в российской провинции?
17. Объясните, какие системы: каналов сбыта продукции – традиционные, вертикальные маркетинговые или комбинированные – лучше всего использовать на рекламном рынке? Почему?
18. Расскажите, каким образом действует схема установления взаимоотношений между рекламным агентством и рекламодателем, если на рынке спрос на рекламные услуги существенно меньше их предложения? А если больше?
19. В чем заключается специфика критериев выбора рекламодателем рекламного агентства в условиях современной российской действительности? Какие основные формы выбора рекламных агентств в качестве партнеров используют рекламодатели?
20. Попробуйте объяснить, в каких случаях целесообразно использование тендеров на разработку и проведение рекламных кампаний? Какие основные требования предъявляются к организаторам тендеров?
21. Объясните, в чём заключается специфика организации сбытовой деятельности медиабайеров на рекламном рынке?
22. Что собой представляют рекламные агентства, аккредитованные при средствах массовой информации? Зачем их создание нужно СМИ? Почему в настоящее время наблюдается тенденция отказа от использования подобных структур?
23. Перечислите реальные выгоды, которые могут получить рекламные структуры, входящие в крупные рекламные объединения, при организации сбыта своей продукции и услуг.
24. Чем можно объяснить тот факт, что в России крупные медиаселлеры работают только на телевидении и радио, а в прессе их в настоящее время почти нет?
25. Какие реальные выгоды получает средство распространения рекламы при работе с внешним селлером? Всегда ли медиаканал оказывается в выигрыше при работе с внешним селлером?
26. Объясните, чем принципиально отличаются такие понятия, как «эффективность рекламной продукции», «эффективность рекламной кампании», «эффективность рекламной деятельности», «эффективность рекламы»?
27. Что лежит в основании проблемы ограничения возможностей определения эффективности рекламы – объективные или субъективные причины? Аргументируйте ваш ответ.
28. Недостаточность и недостоверность информации по рынку в целом и по рекламному рынку в частности существенно затрудняют рекламную деятельность основных субъектов рекламного рынка. В чём она проявляется? Какие практические шаги на сегодняшний день можно было бы принять, чтобы снять остроту данной проблемы?
29. Какая группа факторов, воздействующих на конечную эффективность рекламной деятельности, имеет для формирования эффективности большое значение? Почему?
30. Можно ли утверждать, что, имея по сравнению с конкурентами несколько большие финансовые ресурсы, рекламодатель изначально имеет определенное преимущество перед конкурентами, в том числе, и на рекламном рынке? Попробуйте на основе своего знания отечественного или мирового рекламного рынка привести конкретные примеры, подтверждающие или опровергающие это предположение.
31. Попробуйте объяснить логику построения модели формирования эффективности рекламной кампании?
32. В каких единицах должна измеряться эффективность рекламной кампании?
33. Какое практическое значение для определения эффективности рекламной кампании имеет так называемая пирамида целей? Почему рекламные агентства в основном предпочитают работать с рекламными целями нижних уровней подобной пирамиды и не очень любят браться за рекламные кампании, цель которых напрямую увязана с продажами рекламной продукции?
34. Объясните, в чём принципиально расходятся точки зрения рекламодателя на эффективность рекламной кампании и точка зрения рекламного агентства, проводящего данную кампанию? Можно ли найти такой компромиссный вариант, при котором интересы этих субъектов рекламного рынка по поводу конкретной кампании полностью совпадали?
35. Если рекламная кампания осуществляется по цепочке рекламодатель → рекламное агентство → байер → селлер →

медиаканал, можно ли говорить о том, что эффективность рекламной кампании каждым из перечисленных субъектов рекламного рынка воспринимается по своему?

36. За счёт каких факторов может повыситься (понизиться) эффективность рекламной деятельности рекламодателя, если он перейдёт от полностью самостоятельного её осуществления к активному сотрудничеству с внешними рекламными структурами?
37. Правомерно ли утверждение: эффективность рекламной деятельности рекламного агентства за год есть сумма эффективности всех рекламных кампаний и мероприятий, проведенных данным рекламный агентством за данный период времени? Поясните свой ответ.
38. В России медиаселлеры, как правило, обеспечивают больший доход медиаканалам, с которыми они сотрудничают, по сравнению с самостоятельными продажами этими медиаканалами своего рекламного пространства. Но если это выгодно, то почему тогда в нашей стране активно работает очень ограниченно число селлерских структур, а некоторые средства распространения рекламы иногда вновь возвращаются от работы через селлера к организации продаж через собственные рекламные службы?
39. По каким критериям следует оценивать эффективность рекламной деятельности медиаканалов? Есть ли здесь существенные отличия по сравнению с оценкой эффективности рекламной деятельности других субъектов рекламного рынка? Если да, то какие, и почему они возникают?

Тематика эссе, рефератов.

1. Взаимосвязь стратегии маркетинговых коммуникаций с прочими функциональными стратегиями и корпоративной стратегией развития бизнеса.
2. Влияние радикальных изменений рыночной среды на маркетинговые коммуникации компаний.
3. Факторы, влияющие на структуру комплекса маркетинговых коммуникаций.
4. Программа ИМК: разработка основных элементов.
5. Связь деятельности по продвижению с циклом жизни товара (на примере рынка конкретного товара/услуги).
6. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях.
7. Использование уникального торгового предложения (УТП) в создании маркетинговых коммуникаций.
8. Особенности восприятия маркетинговых коммуникаций целевыми аудиториями.
9. Стратегия выбора средств распространения коммерческой информации с учетом их рекламоспособности.
10. Современные направления маркетинговых исследований для исследования восприятия коммуникаций и отношения к ним потребителей.
11. Подходы к организации работы рекламных агентств.
12. Особенности современного рынка рекламы.
13. Развитие рекламы на рынке ус- луг (на примере конкретного товара/услуги или фирмы).
14. Современное состояние рекламного рынка в России.
15. Современные виды, средства, формы и методы рекламной деятельности.
16. Регулирование рекламной деятельности.

17. Директ-маркетинг и его значение в современной рекламной деятельности.
18. PR как создание фона продвижению товара на рынок.
19. Современные формы и методы стимулирования продаж.
20. Искусство личной продажи.
21. Сетевой маркетинг.
22. Организация специальных событий - коммуникационные средства маркетинга.
23. Интегрированные решения при организации мерчандайзинга.
24. Мерчандайзинг производителя и торгового посредника.
25. Роль знаков, символов и мифов в коммуникациях.
26. Стратегии позиционирования торговых марок и его роль в рекламе.
27. Товарные знаки, их функции и классификация.
28. Создание фирменного стиля и его роль в брендинге.
29. Основные показатели оценки силы бренда.
30. Бюджетирование программы ИМК.
31. Оценка эффективности рекламных мероприятий.

Тематика презентаций

1. Рекламный рынок современной России.
2. Рекламный рынок Краснодарского края.
3. Субъекты рекламного рынка России.
4. Субъекты рекламного рынка Краснодарского края.
5. Федеральные медиаканалы в Краснодарском крае.
6. Региональные медиаканалы в Краснодарском крае.
7. Локальные медиаканалы в Краснодарском крае.
8. Проблемы ценообразования на рекламном рынке Краснодарского края.
9. Рейтинг медиаканалов Краснодара и Краснодарского края.
10. Медиаселлеры Краснодарского края на рынке рекламных услуг.
11. Медиабийеры Краснодарского края на рынке рекламных услуг.
12. Радиокомпании Краснодарского края на рынке рекламных услуг.
13. Региональные ТВ-компании на рынке рекламных услуг Краснодарского края.
14. Агентства полного цикла на рынке рекламных услуг Краснодарского края.
15. Агентства неполного цикла на рынке рекламных услуг Краснодарского края.
16. Выставочная деятельность и реклама в Краснодаре

Вопросы к экзамену по дисциплине в 1 семестре

1. Общая схема маркетинговой деятельности и место рекламы в ней.
2. Рекламная деятельность и место маркетинга в ней.
3. Маркетинговые исследования в целом и специфика маркетинговых исследований для рекламной деятельности.
4. Исследование потребительского рынка и способы его проведения.
5. Анализ деятельности конкурентов, партнеров, других субъектов рекламного рынка.
6. Изучение аудитории различных средств распространения рекламной информации.
7. Дневниковая панель.
8. Электронные средства изучения телевизионной аудитории.
9. Мониторинг рекламной информации в основных средствах распространения рекламы.
10. Целевая аудитория - понятие, место и значение в системе маркетинга и рекламы.
11. Структура и состав интегрированного комплекса маркетинговых коммуникаций.
12. Рекламный рынок и его место в современной экономике: общая характеристика современного рекламного рынка. Российский рекламный рынок и его место в мировом рекламном мире.
13. Субъекты рекламного рынка..
14. Рекламодатели: российские рекламодатели на отечественном рекламном рынке; крупнейшие зарубежные рекламодатели в России.
15. Рекламные посредники: рекламные агентства; агентства-байеры; агентства-селлеры; рекламные холдинги в России.
16. Средства распространения рекламы (медиаканалы). Потребители рекламной информации.
17. Профессиональные и общественные организации на рекламном рынке. 18. Особенности взаимодействия основных субъектов на рынке рекламы.
19. Рекламная продукция: классификация телевизионной рекламной продукции (прямая телевизионная реклама, виды

продукции непрямой телевизионной рекламы); радиореклама; реклама в периодической печати; наружная реклама; транзитная реклама; полиграфическая и сувенирная реклама.

20. Рекламные услуги: развитие рынка рекламных услуг; рекламные услуги на российском рынке.

21. Взаимоотношения между агентствами на рекламном рынке России; специализация агентств, работающих на рекламном рынке.

22. Качество рекламных услуг на отечественном рекламном рынке.

23. Основные этапы проведения маркетинговых исследований.

24. Рынок маркетинговых исследований.

25. Маркетинговые исследования при организации рекламной деятельности. 26. Маркетинговые исследования в области разработки и оценки рекламной продукции.

27. Маркетинговые исследования в области размещения рекламы в средствах её распространения.

28. Исследование рекламного рынка.

29. Разработка цен на услуги по организации рекламной деятельности.

30. Формирование цен на рекламную продукцию.

31. Ценообразование при размещении рекламной продукции на радио и телевидении.

32. Ценообразование при размещении рекламы в прессе и печатной рекламе.

33. Ценообразование в наружной рекламе.

34. Цены на услуги рекламных посредников.

35. Особенности системы сбыта на рекламном рынке.

36. Сбытовая деятельность рекламных агентств.

37. Организация сбыта рекламных услуг медиабайнговых и медиаселлинговых агентств.

38. Понятие эффективности рекламной деятельности.

39. Ограничения при определении эффективности рекламы.

40. Факторы, воздействующие на конечную эффективность рекламной деятельности.

41. Эффективность рекламной кампании.

42. Эффективность рекламной деятельности различных субъектов рекламного рынка.

43. Интегрированный комплекс маркетинговых коммуникаций.

44. Реклама и PR.

- а) семейные и межличностные отношения
- б) личностная и институциональная реклама
- в) экономика
- г) юриспруденция
- д) социальная реклама
- е) религия
- ж) зрелища
- з) политика

6. Символическая маркировка животных, рабов – _____

7. Для обмена информацией в эпоху Античности стены общественных зданий покрывались мелом или белой краской, такая поверхность именовалась _____.

9. Геральдика – это наука изучающая:

- а) происхождение рода
- б) гербы
- в) товарные знаки
- г) средневековые обычаи

10. Отпечатки рисунков, вырезанных на деревянных или металлических досках и смазанных специальным составом - _____.

11. В позднем Средневековье лежат основы таких жанров, как:

- а) Афиша
- б) Проспект
- в) Листовки
- г) Прейскуранты
- д) Каталоги манускриптов

12. Прямой предшественник современной листовки в Западно-Европейском Средневековье

13. Письменная реклама позднего Средневековья включала в себя:

- а) Афиши
- б) Протогазету
- в) «Летучие листки»
- г) альбомы
- д) рукописные объявления («si quis»)

14. Переворот в тиражировании информации в XV в. связан с _____

15. Первое адресное бюро во Франции 1629 г. организовал - _____.

16. Французская «Газетт» начала выходить:

- а) с 1629 г.
- б) с 1703 г.
- в) с 1630 г.
- г) с 1631 г.

17. «Отцом» английской рекламы считают - _____

18. Первые попытки правового регулирования рекламной деятельности в середине XVIII века были предприняты:

- а) в Англии
- б) во Франции
- в) в Германии
- г) в России

в связи с _____

19. Создал славу и внес значительный вклад в развитие французского плаката:

- а) Оноре Домье
- в) Анри Тулуз-Лотрек

б) Жюль Шере

г) Альфонс Муха

20. Власти Франции боролись с повсеместным расклеиванием газет следующим образом:

а) срывали газеты со стен

в) расклейщиков сажали в тюрьмы

б) расклейщиков штрафовали

г) поставили газетные киоски

21. «Люди - сэндвичи» впервые появились:

а) в Англии

в) в США

б) в Германии

г) во Франции

22. Премиальная торговля в 19 веке активно использовалась:

а) в Англии

в) в России

б) в Германии

г) в США

23. Организатор первого рекламного агентства в США 1841 г. _____

24. «Отец» национальной американской рекламы _____

25. Рекламной новацией последней трети 19 века в США стало появление:

а) транзитной рекламы

в) наружной рекламы

б) директ мейл

г) рекламы в прессе

26. Ведущие стили в американской рекламе начала XX века:

а) _____

б) _____

27. Назовите имена ведущих рекламистов мира _____

_____.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Лубочный стиль в рекламе – причины популярности.
2. Лубочный стиль в рекламе в контексте массовой культуры.
3. Реклама в стиле модерн: от середины XIX века к середине XX.

4. Геральдика в России и особенности социального развития страны.
5. Сто лет рекламы напитка «Кока – кола».
6. Рекламные кампании, изменившие мир.
7. Арт-деко – звездный стиль в рекламе.
8. Мифологема свободы в рекламе сигарет «Malboro».
9. «Красотки» в рекламе (стиль пин-ап и женские образы в американской рекламе в 30-е и 40-е годы).
10. Художники рекламы XIX века.
11. «Мыльные оперы» - история и современность.
12. А.Муха и А. Тулуз-Лотрек: общее и особенное в творчестве.
13. Зачарованный мир О.Бердслея.
14. Стиль, стилизация, стилизаторство: примеры из истории рекламы.
15. Поп-арт, оп-арт и т.д. Реклама и популярные художественные стили середины XX века.
16. Неорусский стиль в рекламе: традиционализм или модерн?
17. Творцы рекламы XX века: сопоставительный анализ концепций рекламирования.
18. «Крики улиц». Русская устная реклама.
19. Бесстилевая коммерческая реклама в России: проблемы эстетики.
20. Советская реклама в 50-е годы: торжество социалистического реализма и начало новой эстетики.
21. Образы рекламы и историческая память.
22. Рекламный гламур: современный стиль или повторение пройденного?
23. Реклам-конструктор «Маяковский-Родченко».
24. «Выгодно мне-выгодно государству» - специфика мотивации в советской рекламе.
25. Рекламный плакат советского авангарда: почему он так популярен сегодня.
26. Социальный дискурс советской рекламы.
27. Зачем и как: история всемирных выставок.
28. От Макарьевской ярмарки к ВДНХ: особое значение выставочного дела в России.
29. «Реклама идей» в СССР (рекламные технологии в пропаганде).
30. Реклама в СССР: реклама или пропаганда?
31. «Русские мотивы» в рекламе – причины популярности в конце XIX века.
32. Женщина в дореволюционной и советской рекламе.
33. Мужчина в дореволюционной и советской рекламе.
34. Дети в дореволюционной и советской рекламе.
35. Смирновская водка и шустовский коньяк: сопоставление рекламы и приемов маркетинга.
36. Реклама на спичечных этикетках в 50-60-е годы в СССР: мир дедушкиного детства.
37. Пространство рекламы как родина поп-арта.
38. Реклама кондитерских фабрик в дореволюционный и послереволюционный период в России.
39. Реклама парфюмерии: образы и темы (исторический обзор).
40. Первые отечественные учебники по рекламе: книги Н.Плисского и А.Веригина в современном прочтении.
41. Прошлое рекламы – ушло ли оно в прошлое?

Промежуточный контроль

Вопросы к экзамену по дисциплине в 1 семестре

- 1 Глашатаи — первые профессионалы рекламного дела.
- 2 Жанровая дифференциация устной рекламы в античном городе.
- 3 Варианты предметно-изобразительной рекламы в античности.
- 4 Письменная реклама: граффити, album, римская протогазета.
- 5 Способы регулирования рекламного процесса в античности.
- 6 Рекламные функции средневековых городских глашатаев.
- 7 Рекламная деятельность герольдов.
- 8 Фольклорные виды устной рекламы Средневековья.
- 9 Изобразительная реклама развитого Средневековья.
- 10 Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе.
- 11 Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья.
- 12 Рекламные новации в английской культуре в XIX в.
- 13 История появления подвижных рекламных приспособлений.
- 14 Ведущие мастера французского рекламного плаката.
- 15 Особенности рекламной деятельности во Франции XIX в.
- 16 Направления развития рекламы в Германии XIX века.
- 17 Выставки как общеевропейский рекламный жанр.
- 18 Развитие рекламы в США во второй половине XIX века.
- 19 История упаковки, ее рекламные функции.
- 20 Американская реклама от рубежа веков до Первой мировой войны.
- 21 Вклад в развитие рекламного дела виднейших рекламистов мира: Дж. Джилрой, Дж. Гэллап, Дж. Гриббин, Д. Огилви, Д. Уиден, Л. Бернетт, Р.Рубикам, А. Ласкер, У. Бернбах и др. (по выбору).
- 22 Крупнейшие международные рекламные агентства.
- 23 Сто лет рекламы напитка «Кока – кола».
- 24 Рекламные кампании, изменившие мир.
- 25 Поп-арт, оп-арт и др. популярные художественные стили в рекламе середины XX века.

Вопросы к экзамену по дисциплине во 2 семестре

- 1 Особенности становления рекламной коммуникации в России в связи со спецификой ее исторического развития.
- 2 Элементы российской проторекламы.
- 3 Виды ярмарочной рекламы.
- 4 Начало живописных и рукописных вывесок.
- 5 Конклюдии и начало печатных афиш.
- 6 Фольклорно-ярмарочные корни российской рекламы.
- 7 Рекламный лубок и лубочные традиции в российской рекламе.
- 8 Политическая и религиозная реклама в XVII в.
- 9 Рекламные летучие листки и начало печатной газеты в XVIII в.
- 10 Реклама в российских газетах в XVIII в.
- 11 Эволюция лубочного творчества в XIX веке.
- 12 Афиша и вывеска в XIX- начале XX века.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">13 Фирменный знак, малые изобразительные формы рекламы.14 Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX веков.15 Начало фоторекламы в России.16 Российские выставки как синтетический рекламный жанр.17 Серебряный век рекламы или основные стилистические направления русской рекламы конца XIX-начала XX века.18 Рекламная графика художников группы «Мир искусства».19 Русский авангард в рекламе.20 Конструктивизм как стиль в отечественной рекламе.21 Реклама в каноне социалистического реализма.22 Изобразительная метафора как стиль рекламы 60- 70-х гг. XX в.23 Реклам-конструктор «Маяковский-Родченко».24 Рекламный плакат советского авангарда.25 От Макарьевской ярмарки к ВДНХ: особое значение выставочного дела в России.26 «Реклама идей» в СССР (рекламные технологии в пропаганде).27 Смирновская водка и шустовский коньяк: сопоставление рекламы и приемов маркетинга.28 Реклама на спичечных этикетках в 50-60-е годы в СССР.29 Реклама кондитерских фабрик в дореволюционный и послереволюционный период в России.30 Особенности рекламной деятельности в эпоху революции и гражданской войны.31 Реклама в условиях НЭП.32 Рекламный процесс в 30-е годы XX в..33 Эволюция рекламного процесса во время Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы.34 Реклама периода перестройки. |
|--|--|

Б1 В.ОД.4 Имиджелогия

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос,
- аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения

Вид итогового контроля - экзамен в 1 семестре

Текущий контроль

Примеры тестовых заданий

1. Назовите количество этапов, согласно стратегии рекламы:

- А) 7
- Б) 5
- В) 6
- Г) 10

2. Виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке – это:

- А) поддержка торговой активности
- Б) персональные продажи
- В) стимулирование сбыта
- Г) имидж

3. Достижение высокой общественной репутации фирмы – это:

- А) сейлз-промоушн
- Б) паблик-релейшнз
- В) директ-маркетинг
- Г) таргетинг

4. Выберите два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

- а) реклама и пропаганда
- б) товарная реклама и фирменный стиль
- в) реклама и фирменный стиль
- г) пропаганда и рекламный слоган

5. Выберите лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:

- А) прямая реклама
- Б) безличная реклама

В) товарная реклама

Г) престижная реклама

6. Выберите верное определение: малоформатное нефальцованное или однолинейное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

А) листовка

Б) плакат

В) буклет

Г) проспект

7. Выберите верное определение: программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, процентируемых на одном или нескольких экранах:

А) кинофильм

Б) видеофильм

В) слайд-фильм

8. Выберите верное определение: информация, которая зачитывается диктором – это:

А) радиообъявление

Б) радиоролик

В) телеролик

Г) телерепортаж

9. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:

А) почтовая реклама

Б) наружная реклама

В) подарочные изделия

Г) рекламные сувениры

Ответы: 1-В; 2-А; 3-В; 4-А; 5 –В ; 6-Б; 7-А; 8 – Б; 9-В.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Аксессуары в имидже;
2. Аудиальные элементы имиджа;
3. Визуальные элементы имиджа;
4. Динамические элементы имиджа;
5. Имидж антропоморфного ландшафта.
6. Имидж города;
7. Имидж государства;
8. Имидж и архетипы;
9. Имидж и его социальные функции;
10. Имидж и неотицы;
11. Имидж представителя творческих профессий;

12. Имидж территории;
13. Имидж, мода и стиль;
14. Константы имиджа;
15. Концептуальные подходы к имиджу;
16. Корпоративная культура и корпоративный имидж;
17. Мифологизация в имидже;
18. Основания корпоративного имиджа;
19. Политический имидж;
20. Речевой имидж;
21. Самоимидж и самопрезентация;
22. Символические элементы имиджа;
23. Социальные факторы как детерминанты имиджа;
24. Структура имиджа;
25. Сценический имидж;
26. Типология имиджей;
27. Эмоциональные элементы имиджа;
28. Этнокультурные факторы как детерминанты имиджа.

Тематика эссе, рефератов и презентаций

1. «Естественное» и «искусственное» формирование группового имиджа.
2. Атрибуты имиджа делового человека.
3. Аудиальный образ в имиджмейкинге.
4. Взаимодействие с органами массовой информации в имиджмейкинге.
5. Визуальный имидж в имиджмейкинге.
6. Внутренний имидж страны.
7. Деформированный имидж в имиджмейкинге.
8. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа в имиджмейкинге.
9. Изменчивость и устойчивость имиджа в имиджмейкинге.
10. Имидж государства и его составляющие.
11. Имидж арт-локации.
12. Имидж больших групп.
13. Имидж общественных организаций.
14. Имидж политических партий.
15. Имидж региона.
16. Имидж этноса и проблемы межнационального общения.
17. Имиджевая общественная деятельность в имиджмейкинге.
18. Имиджевые рекламные кампании в имиджмейкинге.

19. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа.
20. Имиджирование как форма самопрезентации.
21. Инструментарий имиджелогии.
22. Источники и факторы имиджа.
23. Конструирование персонального имиджа в имиджмейкинге.
24. Концептуальные характеристики имиджа.
25. Корпоративный стиль и имидж.
26. Корпоративный имидж в имиджмейкинге.
27. Корпоративный имидж, его разновидности и структуры.
28. Корректировка персонального имиджа в имиджмейкинге.
29. Манипулятивные технологии в имиджмейкинге.
30. Модели имиджа в имиджмейкинге.
31. Мониторинг корпоративного имиджа в имиджмейкинге.
32. Мониторинг оценки персонального имиджа в имиджмейкинге.
33. Невербальные средства общения и визуальный имидж: поза, мимика, жесты, кинесика.
34. НЛП в имиджмейкинге.
35. Ольфакторный образ в имидже в имиджмейкинге.
36. Определение целевых аудиторий в имиджмейкинге.
37. Особенности восприятия внутреннего и внешнего имиджа страны.
38. Персональная и корпоративная визуализация.
39. Персональная и корпоративная мифологизация.
40. Персональный имидж в имиджмейкинге.
41. Проблемы сохранения и защиты позитивного имиджа в имиджмейкинге.
42. Программы формирования позитивного имиджа организации в имиджмейкинге.
43. Проектирование корпоративного имиджа в имиджмейкинге.
44. Профессия имиджмейкера.
45. Развиваемый имидж в имиджмейкинге.
46. Разработка компонентов внешнего имиджа организации в имиджмейкинге.
47. Роль СМИ в формировании имиджа страны в массовом сознании.
48. Самоимидж в имиджмейкинге.
49. Современные классификации имиджа.
50. Социальные технологии управления групповым имиджем.
51. Социальный, культурный и символический капитал имиджа.
52. Социокультурные и геополитические факторы формирования имиджа идентичности.
53. Социопсихологические и социокультурные функции имиджа страны.
54. Спонтанный имидж в имиджмейкинге.
55. Структура и атрибуты имиджа делового человека.

56. Структура имиджа.
57. Сценический имидж в имиджмейкинге.
58. Технические задачи имиджевых коммуникаций в арт-бизнесе.
59. Технологии формирования и коррекции группового имиджа.
60. Управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования.
61. Управление имиджем в общественном мнении.
62. Управление персональным имиджем в имиджмейкинге.
63. Формирование и управление имиджем организации с помощью СМИ, PR и рекламы.
64. Функции внешнего имиджирования в имиджмейкинге.
65. Функции корпоративного имиджа.
66. Функции персонального имиджа.
67. Эталонный имидж в имиджмейкинге.

Итоговый контроль

Вопросы к экзамену по дисциплине (1 семестр)

1. Атрибуты имиджа делового человека.
2. Аудиальный образ в имиджмейкинге.
3. Взаимодействие с органами массовой информации в имиджмейкинге.
4. Визуальный имидж в имиджмейкинге.
5. Внутренний имидж страны.
6. Деформированный имидж.
7. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа в имиджмейкинге.
8. Изменчивость и устойчивость имиджа.
9. Имидж государства и его составляющие.
10. Имидж больших групп.
11. Имидж общественных организаций.
12. Имидж политических партий.
13. Имидж региона.
14. Имидж этноса и проблемы межнационального общения.
15. Имиджевые рекламные кампании.
16. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа. Профессия имиджмейкера.
17. Имиджирование как форма самопрезентации.
18. Инструментарий имиджелогии.
19. Источники и факторы имиджа.
20. Конструирование персонального имиджа в имиджмейкинге.

	<ol style="list-style-type: none"> 21. Концептуальные характеристики имиджа. Разновидности имиджа. 22. Корпоративный имидж в имиджмейкинге. 23. Корпоративный имидж, его разновидности и структуры. 24. Манипулятивные технологии в имиджмейкинге. 25. Модели имиджа в имиджмейкинге. 26. Мониторинг корпоративного имиджа. 27. Мониторинг оценки персонального имиджа. 28. Невербальные средства общения и визуальный имидж: поза, мимика, жесты, кинесика. 29. НЛП в имиджмейкинге. 30. Особенности восприятия внутреннего и внешнего имиджа страны. 31. Особенности формирования внешнего и внутреннего имиджа организации. 32. Персональная и корпоративная визуализация. 33. Персональная и корпоративная мифологизация 34. Проблемы сохранения и защиты позитивного имиджа. 35. Программы формирование позитивного имиджа организации. 36. Проектирование корпоративного имиджа в имиджмейкинге. 37. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. 38. Роль СМИ в формировании имиджа страны в массовом сознании. 39. Современные классификации имиджа. 40. Социальные технологии управления групповым имиджем. 41. Социальный, культурный и символический капитал имиджа. 42. Социокультурные и геополитические факторы формирования имиджа идентичности. 43. Социопсихологические и социокультурные функции имиджа страны. 44. Технологии формирования и коррекции группового имиджа. 45. Управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования. 46. Управление имиджем в общественном мнении. 47. Управление персональным имиджем. 48. Формирование и управление имиджем организации с помощью СМИ, PR и рекламы. 49. Функции корпоративного имиджа. 50. Функции персонального имиджа.
Б 1. В. ОД. 5 Фотография	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос • подготовка эссе, рефератов, презентаций.

- тестовые задания

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена в 1 и 2 семестре, курсовой проект во 2.семестре.

Текущий контроль

Примеры тестовых заданий

тест № 1

1. Определение фотоаппарата

А	Оптический прибор для получения скрытого изображения
Б	Современный прибор для получения негативного изображения
В	Механический прибор для получения изображения на фотографическом материале
Г	Электронный оптико – механический прибор, предназначенный для получения изображения на фотографическом материале

2. Определение видоискателя

А	Устройство для наблюдения за снимаемым объектом и определения границ снимаемого пространства
Б	Устройство визирования и наблюдения за снимаемым объектом
В	Система линз для наблюдения за снимаемым объектом и наводки на резкость

3. Классификация затворов

А	По шагу выдержек, по точности срабатывания, по надежности, по месту расположения
Б	Межлинзовые, внутриобъективные, корпусные, заднерасположенные
В	Центральные, шторные, ламельные

Г	Ламельные, шторные (шторно – щелевые), центральные (межлинзовые)
---	--

4. Вспомогательные устройства

А	Счетчик кадров, автоспуск, гнездо крепления спускового тросика, штативное гнездо, экспозиционное устройство, рычаг оценки резкости, синхроконттакт, гнездо крепления электронной лампы вспышки, напоминающее устройство
Б	Счетчик кадров, автоспуск, гнездо спускового тросика, напоминающее устройство, шкала глубины резкости, синхроконттакт, штативное гнездо, экспонометр, «горячий башмак» для крепления фотографической вспышки.
В	Счетчик кадров, автоспуск, синхроконттакт, гнездо штативное, напоминающее устройство

5. Определение объектива

А	Оптический прибор состоящий из линз
Б	Система линз для получения изображения на фотоматериале
В	Оптический прибор, состоящий из системы линз, заключенных в оправу и предназначенный для получения резкого и геометрически правильного изображения на светочувствительном материале
Г	Оптический прибор, предназначенный для получения резкого и геометрически правильного изображения на фотопленке

6. Устройство фотообъектива

А	Оправа, система линз, диафрагма, кольцо диафрагмы, кольцо расстояний, шкала расстояний, шкала глубины резкости, шкала диафрагм
Б	Оправа, система линз, диафрагма, кольцо диафрагмы, кольцо расстояний, шкала расстояний, шкала диафрагм, рычаг оценки глубины резкости
В	Оправа, система линз, диафрагма, кольцо диафрагмы, кольцо расстояний, шкала расстояний, шкала глубины резкости, шкала диафрагм, рычаг оценки глубины резкости, устройство для крепления к фотоаппарату

7. Классификация объективов

А	Мягко рисующие, нормальные, жестко рисующие, контрастные
Б	Широкоугольные, сверхширокоугольные, нормальные, узкоугольные, телеобъективы,

	панкратические
В	«рыбий глаз», сверхширокоугольные, нормальные, узкоугольные, «глаз орла», длиннофокусные, телеобъективы, зеркальные, панкратические, ZOOM

8. Светочувствительные материалы

А	Фотографическая пленка, фотографическая бумага
Б	Негативные, позитивные, обрабатываемые
В	Низкой чувствительности пленки и бумаги, средней чувствительности пленки и бумаги, высокой чувствительности пленки и фотопластины
Г	Пленки, листовые пленки, фотопластины, фотобумага

9. Устройство фотоаппарата

А	Корпус, затвор, видоискатель, пентапризма, объектив
Б	Корпус, видоискатель, затвор, объектив, вспомогательные устройства
В	Корпус, видоискатель, затвор, объектив, фокусирующее устройство
Г	Экспозиционное устройство, автофокус, вспомогательные устройства, корпус, видоискатель, лентопротяжный механизм, затвор, объектив

10. Классификация видоискателей

А	Встроенные и выносные, линзовые и рамочные
Б	Рамочные, дальномерные, зеркальные
В	Автофокусные, шкальные, зеркальные, дальномерные, рамочные

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

Основные этапы изобретения фотоаппаратуры;
Основные этапы развития фотографии;
Черно-белая и цветная фотография;_
Цифровая фотография.
Классификация фотообъективов и их устройство.
Сменные фотообъективы.
Основные приемы фотографирования
Принадлежности для фотосъемки
Фотосъемка со вспышкой;
Фотоэкспозиция и фотоэкспонометры

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Основные этапы изобретения и развития фотографии.
2. Способы замера экспозиции по яркости и освещенности объекта съемки
3. Фотоматериалы, их характеристики, создание фотоархива.
4. Самостоятельная работа: Изучение фотоархивов в интернет. Подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point
5. Фотографика и современная визуальная культура
6. Визуальная культура в урбанистической среде.
7. Представление о фотографии как о картине.
8. Объект съемки и проблемы его изображения на снимке.
9. Способы передачи и создание динамики в кадре.
10. Смысловой и изобразительный центр кадра.
11. Оптический и световой акцент.
12. Роль детали в кадре.
13. Положение линии горизонта.
14. Масштаб и масштабность изображения.

15. Световое и тональное решение снимка. Тон фотографии.
16. Момент фотосъемки.
17. Жанры фотографии. Информационные, аналитические, художественно-публицистические. Особенности каждого жанра фотоискусства.
18. Проблема образа в фотоискусстве.
19. Использование изобразительных средств фотографии при фотосъемке пейзажа..
20. Характерные особенности фотосъемки пейзажа в различные времена года.
21. Объект фотосъемки и воплощение художественного замысла в пейзажном жанре.
22. Вечерняя и ночная фотосъемка сельского и городского пейзажа.
23. Решение задачи правильного воспроизведения ансамблей или отдельно стоящих зданий.
24. Подбор предметов для фотосъемки натюрморта.
25. Изобразительное решение натюрморта: тональное и све-товое решение, определение крупности плана.
26. Особенности композиционного построения при фотосъемке портрета.
27. Фотосъемка женского и мужского портрета.
28. Особенности выполнения художественного фотопортрета.
29. История развития портрета в фотографии. Первые фотопортретисты.
30. Взаимовлияние живописи и фотографии в портретном жанре.
31. Роль фотографии в работе художников Э. Дега, П. Чистякова, И. Крамского, Н. Ге, А. Матисса, И.Репина и других живо-писцев и графиков, выдающегося режиссера С. Станиславского.
32. Известные фотомастера начала XX века.
33. Эволюция стиля художественного снимка.
34. Фотография как новый вид образного творчества.

35. Фотографическое видение. Проблема образного мышления и языка в фотографическом творчестве. Фотографическое творчество в системе массовой коммуникации.

36. Эстетическая ценность и исторический смысл фоторепортажа.

Промежуточный контроль

Вопросы к экзамену по дисциплине (1 семестр)

1. Основные этапы изобретения фотоаппаратуры;
2. Основные этапы развития фотографии;
3. Черно-белая и цветная фотография;
4. Цифровая фотография;
5. Классификация фотообъективов и их устройство;
6. Сменные фотообъективы;
7. Основные приемы фотографирования;
8. Принадлежности для фотосъемки;
9. Фотосъемка со вспышкой;
10. Фотоэкспозиция и фотоэкспонометры;
11. Классификация фотопленок и их строение;
12. Классификация фотобумаги и ее строение;
13. Основные параметры и технологии обработки фотопленки;
14. Основные параметры и технологии обработки фотобумаги;
15. Периодизация истории фотографии;
16. Фотография и фотографика в России;
17. Задачи и средства фотографии;

18. Жанры фотографии;
19. Основные этапы изобретения фотоаппаратуры, Основные этапы развития фотографии;
21. Классификация фотообъективов и их устройство;
22. Основные приемы фотографирования;
23. Принадлежности для фотосъемки;
24. Фотоэкспозиция и фотоэкспонетры;
25. Компьютерное и программное обеспечение для обработки фотографии;
26. Цветокоррекция основные возможности и направления;
27. Ретушь фотографии;
29. Коллаж и монтаж основные отличия.

Вопросы к экзамену по дисциплине (2 семестр)

1. Основные этапы изобретения и развития фотографии.
2. Научная фотография и фотоискусство.
3. История изобретения и развития цветной фотографии.
4. Прямой метод получения цветных фотографических изображений в натуральных цветах французского физика Г. Липмана (липмановская фотография).
5. Растровый способ получения цветной фотографии, предложенный английским ученым Дж. Джоли
6. Классификация и устройство современных фотоаппаратов.
7. Фотографические объективы: короткофокусные (широкоугольные), нормальные, длиннофокусные (узкоугольные), телеобъективы, с переменным фокусным расстоянием (панкратические), «рыбий глаз». Их краткая техническая характеристика и назначение.
8. Объективы для малоформатных и среднеформатных фотоаппаратов.
9. Принадлежности к фотоаппарату их назначение.

10. Правила съемки с фотовспышкой.
1. Автономные фотоэкспонетры. Фотоэкспонетры, встроенные в фотоаппарат, и экспонометрические устройства системы «ТТЛ».
2. Негативная черно-белая фотопленка, ее строение. Ассортимент негативных черно-белых фотопленок, краткая характеристика.
13. Цветные негативные фотопленки, их назначение и ассортимент.
14. Характеристика и назначение различных групп черно-белых и цветных фотобумаг.
5. Требования к компьютерному оборудованию, предназначенному для обработки фотоизображений.
16. Современное программное обеспечение для записи, просмотра и вывода фотоизображений.
17. Понятие «композиция кадра».
8. Представление о фотографии как о картине. Объект съемки и проблемы его изображения на снимке.
19. Понятие о крупности плана. Общие, средние, крупные и сверхкрупные планы.
20. Точка съемки. Ракурс.
21. Передача перспективы. Линейная и тональная перспективы.
22. Равновесие в кадре.
23. Статичная и динамичная композиция.
24. Способы передачи и создание динамики в кадре. Симметрия и дисимметрия. Асимметрия.
25. Ритм в фотоискусстве.
26. Смысловый и изобразительный центр кадра.
27. Оптический и световой акцент.
28. Роль детали в кадре. Положение линии горизонта.
29. Световое и тональное решение снимка. Тон фотографии.

30. Кадрирование при фотосъемке и печати. Выбор формата фотографии.
31. Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры.
2. Жанры фотожурналистики: фотоинформация, фоторепортаж, фотосерия, фотоочерк, фотоновелла, фотокнига.
33. Особенности среднеформатной и форматной фотосъемки.
34. Качество фотографий, полученных на фотоматериалах большего формата.
35. Ассортимент фотокамер для форматной съемки. Аксессуары средне- и форматных камер.
36. Устройство цифровых фотокамер. Сравнение возможностей аналоговых и цифровых фотокамер.
37. Ассортимент цифровых фотоаппаратов. Процессоры для цифровых камер, чипсеты и сенсоры.
38. Фотографирование пейзажа.
39. Фотосъемка архитектуры и интерьеров
40. Фотосъемка натюрмортов, репродуцирование и макросъемка
41. Фотосъемка портрета
42. Репортажная и жанровая фотография.
43. Спортивная и театральная фотосъемка.
44. Оформление фотографий. Принципы монтажа экспозиций. Фотография в интерьере

Примерная тематика курсовых работ

1. Фотопроект «Здесь были дети»
2. Фотопроект «Мой любимый город»
3. Фотопроект «Бездомные»

Примечание: студент может предложить свой вариант темы фотопроекта, главное чтобы она была социально направлена и актуальна для текущего периода.

Б1.В.ОД.6 Инфографика

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- Устный опрос
- Подготовка эссе, рефератов, презентаций

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена в 3 и 4 семестре.

Текущий контроль

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Дайте определение информационных технологий в визуальных коммуникациях.
2. Назовите функции информационных технологий в визуальных коммуникациях.
2. Перечислите основные требования к информационному обеспечению социальной деятельности.
3. Назовите программные продукты, используемые в визуальных исследованиях.
4. Перечислите графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, видео фрагментов и анимации..
- 5.Какие основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности
6. Перечислите методы сбора информации о визуальных продуктах.
7. Назовите способы проведения исследований.
9. Перечислите способы оценки эффективности рекламного воздействия.
10. Понятие, виды и функции информации в рекламе.
12. Назовите технологии баз данных и использования возможностей БД в рекламной деятельности.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Инфографика в деловом журнале (газете) по выбору

2. Картография – старейший вид инфографики. Эволюция жанра
3. Инфографика в рекламной компании (по выбору)
4. Шрифт в инфографике. Выбор основной и дополнительных гарнитур.
5. Шрифтовая акциденция в инфографике. Шрифт как смыслообразующий и аналитический элемент инфографики.
6. Инфографика в науке и журналистике. Сходство и различие
7. Особенности авторского стиля инфографа (по выбору)
8. Инфографика – ситификация и ошибки использования.
9. Инфографика в PR-кампании (по выбору)
10. Инфографика в рекламе компании (по выбору)

Промежуточный контроль

Вопросы к экзамену по дисциплине в 3 семестре

1. История инфографики.
2. Что такое визуализация массивных статистических данных.
3. Принципы изготовления столбчатой диаграммы, круговой диаграммы и диаграммы рассеивания.
4. Площадные и пузырьковые диаграммы.
5. Принципы выбора шрифта.
6. Гигиеничность и экономичность шрифта — важнейшие характеристики при выборе шрифта в инфографике.
7. Кегль, интерлиньяж, размещение основных текстовых блоков.
8. Принципы размещения заголовка, лида и подписей к графикам.
9. Особенности человеческого восприятия и умение располагать части инфографики так, чтобы она воспринималась как единое целое.
10. Параметры цвета в инфографике.

Вопросы к экзамену по дисциплине в 4 семестре

1. Технология создание цветового круга и цветовой палитры.
2. Информационная графика в бизнесе и экономических СМИ.
3. Инфографика в газетах и глянцевых журналах.
4. Принципы создания стилей простой инфографики.
5. Визуализация статистических данных бизнес-издания.
6. Картография как старейший вид инфографики. Принципы, история и практика.
7. Теория изготовления карт одного из районов города.
8. Изготовление структурной диаграммы и блок-схемы.

	<p>9. Использование пиктограмм и их изготовление.</p> <p>10. Принципы рекламы и PR, их связь с информационным дизайном.</p> <p>11. Примеры использования инфографики в рекламе и PR-кампании.</p> <p>12. Эффект и эффективность как принцип построения рекламы и презентации.</p> <p>13. Примеры псевдоинфографики и как избежать нечестности в работе с информацией.</p> <p>14. Основные этапы работы над инфографикой.</p> <p>15. Правило «Пять W».</p>
<p>Б1.В.ОД.7.1 Разработка и технологии производства рекламного продукта</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <p>1. Подготовка эссе, рефератов, презентаций.</p> <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета в 4 семестре, в форме экзамена в 5 семестре, курсовой проект в 4 семестре.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Тематика эссе, рефератов, презентаций</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Форма и содержание рекламного продукта 2. Психология восприятия рекламного продукта потребителем. 3. Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта 4. Семиотика рекламы. 5. Творческий процесс разработки рекламного продукта 6. Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе. 7. Жанры рекламы. 8. Составление рекламных текстов. 9. Разработка стратегии рекламного текста

10. Копирайтинг и его основные понятия.
11. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста
12. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте.
13. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы.
14. Художественное редактирование в рекламе.
15. Художественный креатив в создании рекламного обращения.
16. Визуальные средства рекламы.
17. Конструирование упаковки.
18. Разнообразие видов и форм рекламного обращения.
19. Содержание потребительской рекламы и современного рекламного обращения.
20. Структура и композиция рекламного обращения.
21. Основные этапы и технологии процесса разработки рекламного обращения.
22. Творческая стратегия и ее реализация в рекламном продукте.
23. Художественное оформление рекламного обращения.
24. Язык бизнес-рекламы.
25. Разработка стратегии рекламной кампании и проекта
26. Разработка концепции рекламного обращения.
27. Разработка рекламы для прессы/газеты и журналы/.
28. Разработка печатной рекламы и макета
29. Разработка рекламы на радио и телевидении.

30. Разработка наружной и транзитной рекламы.
31. Разработка прямой почтовой рекламы
32. Разработка рекламы для выставок и ярмарок.
33. Взаимодействие современных технологий рекламы и PR
34. Копирайтинг и работа креативной команды.
35. Технологии художественного и компьютерного дизайна
36. Основы современной теории и практики фоторекламы.
37. Производство печатной рекламы. Вопросы эффективности.
38. Производство наружной рекламы. Вопросы эффективности.
39. Использование основ режиссуры и операторского искусства в создании рекламы.
40. Разработка сценария для телерекламы и вопросы эффективности.
41. Производство радиорекламы. Вопросы эффективности.
42. Производство рекламы для телевидения и кино-Вопросы -эффективности.
43. Разработка рекламы для Интернета
44. Стратегия -разработки комплекса средств для медиа-средств.
45. Контроль рекламных обращений. Оценка эффективности рекламной кампании.

Промежуточный контроль

Вопросы к зачёту по дисциплине в 4 семестре

1. Технологии рекламного обращения.
2. Функции рекламы.
3. Последовательность работы над рекламным обращением.
4. Разновидности этапов творческого рекламного процесса.

5. Рецепты работы над слоганом.
6. Понятие креатива в рекламе.
7. Научные креативные технологии в рекламе.
8. Научно-практические модели разработки рекламного обращения.
9. Основные мотивы адресата в рекламных обращениях.
- К). Требования к эффективному рекламному обращению.
11. Выбор тона рекламного обращения.
12. Выбор вариантов стилевых решений в рекламном обращении.
13. Выбор цветового сочетания в рекламном обращении.
14. Композиция структуры обращения.
15. Требования к рекламному обращению.
16. Требования к рекламному тексту и слогану.
17. Характерные особенности использования иллюстраций в рекламе.
18. Творческое воплощение рекламного обращения.
19. Факторы успеха в процессе подготовки макета обращения.
20. Творческие методы привлечения внимания к рекламному обращению.
21. Факторы эффективности рекламных иллюстраций.
22. Использование основных групп шрифтов в рекламе.
23. Виды шрифтов и письменности как индикатора визуальной культуры рекламы.
24. Требования к художественному оформлению обращения.
25. Графические средства рекламы с текстовой информацией.
26. Виды изобразительных средств в рекламе.
27. Типы и виды визуально-зрелищных средств в рекламе.
28. Специфика предметной и декоративной рекламы.
29. Использование принципа «Золотого сечения в рекламе».

Вопросы к экзамену по дисциплине в 5 семестре

1. Создание рекламного плаката.
2. Форма рекламного обращения и стилевые решения.
3. Структуры рекламного обращения.
4. Выразительные средства речи.
5. «Заповеди» создания результативных рекламных текстов.
6. Особенности речевого воздействия.
7. Специфика рекламных обращений (на ТВ, радио, в печати).

8. Этапы разработки компьютерного оригинал-макета для
9. печатной рекламы.
10. Виды радиорекламы и их содержание.
11. Группировка слоганов по признакам и ключевые слова.
12. Семиотика и стилистика рекламы.
13. Группы творческих людей и инновационные стили в рекламе.
14. Принципы разработки и производства рекламы на
15. телевидении.
16. Принципы разработки и производства рекламы на радио.
17. Принципы разработки и производства наружной рекламы.
18. Принципы разработки и производства газетной и журнальной
19. рекламы.
20. Средства рекламы и её формы.
21. Составляющие рекламной стратегии.
22. Концепция плана проектирования средств рекламы.
23. Проект плана рекламной кампании.
24. Разработка стратегии рекламного обращения.
25. Фазы работы членов креативной группы над выработкой рекламной
26. стратегии.
27. Основы языка дизайна в рекламе.
28. Этапы работы дизайнера над рекламой.
29. Базисные макеты набросков в художественном и
30. компьютерном дизайне рекламы.
31. Принципы дизайна печатной рекламы.
32. Терминология разработки художественного и компьютерного
33. дизайна в рекламе.
34. Требования к тексту сценария.
35. Теория и практика фоторекламы.
36. Сценарное мастерство и дизайн в рекламе.
37. Плюсы и минусы производственных схем.
38. Производство печатной рекламы.
39. Различия типографических шрифтов (принципы
40. использования).
41. Виды печати и её назначение.
42. Этапы создания и производства телеролика.
43. Монтажный период работы над телероликом.
44. Производство радиорекламы.
45. Производство наружной рекламы.
46. Требования к заголовкам и текстам наружной рекламы.
47. Творческий потенциал специалиста по рекламе.

Примерная тематика курсовых работ

	Разработка бренд бука товара или услуги (выбранный товар или услугу студент согласовывает с научным руководителем)
Б1.В.ОД.7.2 Мультимедиа в современных коммуникациях	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Устный опрос, • Подготовка эссе, рефератов, презентаций. <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 6 семестре.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Назначение и виды мультимедийных технологий; 2. Мультимедийные возможности программ для создания интерактивной анимации; 3. Обработка аудиоинформации, используя программы обработки цифрового звука; 4. Обработка видеоинформации, используя программы обработки цифрового видео. 5. Технология создания интерактивной анимации; 6. Технология обработки аудиоинформации; 7. Технология обработки видеоинформации <p>Тематика эссе (рефераты, презентации не предусмотрены)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные понятия мультимедиа 2. Составляющие мультимедиа. Анимация 3. Составляющие мультимедиа. Звук 4. Этапы и технология создания мультимедиа продуктов 5. Аппаратные средства мультимедиа 6. Создание мультимедийной презентации 7. Создание анимированных изображений в среде Macromedia Flash <p><i>Промежуточный контроль</i></p> <p>Вопросы к зачету по дисциплине</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие «мультимедиа». 2. История развития мультимедиа. 3. Средства мультимедиа технологии. 4. Области применения. Классы систем мультимедиа.

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Основные типы мультимедиа продуктов. 6. Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока. 7. Понятие сцены. Способы презентации мультимедиа продуктов. 8. Специфика использования текста в мультимедиа продуктах. 9. Гипертекст. Шрифты и их разделение по графической основе. 10. Основные форматы текстовых файлов. 11. Физиологический аспект зрительного восприятия движения. 12. Виды анимации. ПО для создания анимированных сцен. 13. Типы видеосигналов. 14. Методы сжатия видеoinформации. 15. Форматы видеофайлов. 16. Специфика использования звука в мультимедиа продуктах. 17. Методы синтеза звука. Форматы звуковых файлов. 18. MIDI. ПО для создания и обработки звука. 19. Последовательность разработки продукта. 20. Основные приемы и инструменты, используемые в мультимедиа- продуктах. 21. Основные виды мультимедиа- продуктов на CD-ROM. 22. Стандарты мультимедиа РС. 23. Интерфейсы для подключения мультимедиа-устройств, MIDI. Видеоплата. 24. Звуковая плата. Акустические системы. 25. Устройства управления и указания. 26. Средства виртуальной реальности.
<p>Б.1 В. ОД. 8 Визуальные коммуникации в городской среде</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос, • подготовка эссе, рефератов, презентаций. <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена во 2 и 3 семестре.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виды систем визуальных коммуникаций. 2. Роль визуальных коммуникаций в системе современного города. 3. Образный характер средств визуальной коммуникации. 4. Дизайн городской среды, архитектура, дизайн интерьера, реклама - превращение коммуникаций из вспомогательного компонента среды в основное средство ее декоративного и смыслового совершенствования. 5. Физиология зрения и визуальная среда. 6. Восприятие и информационное взаимодействие. 7. Зрительные искажения.

8. Формирование архитектурных прототипов как способ опознания среды.
9. Восприятие собственных решений и стороннее восприятие: закономерности видения нового и привычного.
10. Значение цвета, законы цветового кодирования.

Тематика рефератов, эссе, презентаций

Данный вид работы не предусмотрен

Промежуточный контроль

Вопросы к экзамену по дисциплине

2 семестр

1. Искусство в современной визуальной культуре: проблема самоопределения
2. Городское пространство: воспитание общественного вкуса
3. Социальная значимость визуальных практик (здоровый образ жизни, забота о людях и животных, уважение человеческого достоинства)
4. Рекламные кампании в визуальных практиках
5. Городская реклама - плюсы и минусы
6. Художественные проекты в общественных местах
7. Проведение мероприятий (тематические выставки, конференции, флешмобы)
8. Этнические и национальные праздники
9. Навигация (ориентация в пространстве) в городе, торговом центре или метро.
10. Негативные результаты стихийного освоения публичных пространств
11. Граффити: искусство или проблема города
12. Визуальные практики ночного города
13. Подвижность городской среды
14. Мультикультуризм в городской среде
15. "Уличная мебель" Скульптуры, инсталляции, арт-объекты Дизайнерские постеры
16. Наружная реклама- неотъемлемая часть городской среды
17. Маркетинговые стратегии и рекламные кампании в визуальных практиках
18. Шоу и театрализованные представления

3 семестр

1. Современные коммуникационные технологии как основа нового искусства.
2. Социально-психологические аспекты развития медиа-арта.
3. Динамика развития отечественной и зарубежной художественной практики.
4. Анализ выставочных площадок и арт-пространств.
5. Методы изучения опыта организации арт-мероприятий и медиа-проектов
6. Классификация видов медиа-арт.
7. Виды медиа-арта по типу используемых технологий.
8. Виды медиа-арта по форме представления произведения.
9. Характеристика особенностей видео-арта
10. Телекоммуникацион-арт и способы его создания
11. Основы разработки искусства видеоинсталляций
12. Net art (сетевое искусство)
13. Software art (программное обеспечение как искусство)

14. Ди-джеинг, ви-джеинг, интерактивное электронное искусство как художественные практики.
15. Типология художников в медиа-арте: технические художники, художники ученые и художники-активисты
16. Выразительные средства медиа-арта: экспериментальное пространство, симуляция (моделирование), база данных, перформативность, интерфейс, интерактивность, синестезия и пр.
17. Смысловая, повествовательная, коммуникативная и развлекательная составляющие мультимедийных произведений/продуктов «новых медиа»
18. Управление мультимедийной информацией при помощи соответствующих интерактивных интерфейсов (навигация, трансформация, оперирование и пр.)
19. Этапы разработки концепции и создание групповой работы в медиа-арт.
20. Новые способы коммуникации между художником и публикой – виртуальные технологии.
21. Пути продвижения художника, его работ в сети Интернет.
22. Критика медиа-артв интернет-ресурсах СМИ
23. Таргетинга и статистика медиа-арта
24. Создание виртуальной галереи.
25. Репрезентация медиа-арта в социальных сетях.
26. Продвижение художника в блогосфере и в формате подкастинга.
27. Собственный веб-сайт художника как форма продвижения.
28. Виды арт менеджмента.
29. Функции арт-менеджмента визуальных искусств.
30. Организационная структура отечественной арт-индустрии.
31. Современные методы управления и их особенности для арт-индустрии.
32. Арт-маркетинг как специфическая функция арт-менеджмента.
33. Коммерческая сфера визуальных искусств и маркетинг.
34. Цели арт-менеджмента.
35. Профессиональный инструментарий арт-менеджера.
36. Специализации арт-менеджера в сфере визуальных искусств.
37. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии.
38. Художественный аспект деятельности арт-менеджера.
39. Понятие и сущность продюсирования.
40. Система элементов разработки творческого коммерческого проекта.
41. Современный арт-рынок.
42. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера
43. Исследование мирового художественного рынка.
44. Арт галереи. Аукционы. Выставки. Ярмарки, арт-сообщества. Художественные учебные заведения. Коллекционеры.
45. Взаимоотношения профессиональных участников арт-рынка.
46. Перспективы развития арт бизнеса в России.
47. Проблемы отечественной киноиндустрии.
48. Рынок киноиндустрии, его особенности.
49. Менеджмент кинобизнеса. Кинопродюсер. Риск-менеджер проекта.
50. Глобальные информационные технологии в кинобизнесе.
51. Театральный менеджмент. Планирование творческо-производственной деятельности.
52. Проблема привлечения зрительской аудитории.

	53. Маркетинговые и рекламные технологии, их роль в арт-менеджменте.
	54. Менеджмент в области выступления отдельных творческих коллективов и исполнителей.
	55. Менеджмент фестивалей.
	56. Особенности развития музейного дела в условиях рыночной экономики.
	57. Направления развития музейного менеджмента.
	58. Классификация выставок. Экспомаркетинг.
	59. Выставочная и поствыставочная деятельность экспонента.
	60. Материально-техническое обеспечение выставки.

Б1.В. ОД. 9 Исследования в рекламной деятельности

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос
- тестовые задания
- подготовка эссе, рефератов, презентаций.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 5 семестре.

Текущий контроль

Примеры тестовых заданий

Тестовое задание № 1

1. Гипотеза в социологическом исследовании – это:

- 1) прогноз (предсказание) того, что должно произойти;
- 2) Положение, предполагающее наличие связи между двумя или более переменными;
- 3) описание процедуры сбора данных;
- 4) выбор индикаторов, выявляющих социальные признаки.

2. Если механическая выборка в 250 элементов берется из остова выборки в 1500 элементов, интервал (шаг) выборки будет:

- 1) 6;
- 2) 12;
- 3) 15;
- 4) 20.

3. Под вероятностной выборкой понимают:

- 1) выборку, в которой рассчитывается вероятность совпадения полученных результатов с тем, что есть на самом деле;

- 2) совокупность полученных данных, имеющих определенную степень достоверности;
 - 3) выборку, для которой все элементы в популяции имеют одинаковую и заранее известную вероятность быть отобранным в ее состав;
 - 4) подбор респондентов в соответствии с общим замыслом исследования.
- 4. Квотной выборкой называется такой вид выборочной совокупности, при котором:**
- 1) отбираемые объекты представляют собой группы или кластеры более мелких единиц;
 - 2) применяются процедуры поэтапного отбора объектов, причем совокупность объектов, отобранных на предыдущем этапе, становится исходной для отбора на следующем;
 - 3) выборочная совокупность формируется на основе статистических сведений об определенных (преимущественно социально-демографических) характеристиках генеральной совокупности;
 - 4) отбору предшествует процедура разделения исходной совокупности на статистически или качественно однородные подсовкупности.
- 5. Если вам необходимо произвести систематическую выборку объемом в 100 человек, а список генеральной совокупности насчитывает 12.967 человек, то шаг выборки будет равен:**
- 1) 100;
 - 2) 130;
 - 3) 150;
 - 4) 200.
- 6. Выбор и обоснование проблемы завершается формулированием:**
- 1) гипотез;
 - 2) операциональных определений;
 - 3) цели и задач;
 - 4) вопросов в анкете.

Ключ к тесту № 1: 1-2; 2-1; 3-3,4-3, 5-2, 6-3,

Тестовое задание № 2

Укажите номер правильного варианта ответа:

1. Независимая переменная, которая предшествует по времени возникновения другой независимой переменной:

- 1) зависимая переменная;
- 2) интервентная переменная;
- 3) антецедентная переменная;
- 4) альтернативная переменная.

2. Адекватное соответствие между измеряемыми показателями и тем понятием, которое подлежит измерению:

- 1) релевантность;
- 2) валидность;
- 3) операционализация;
- 4) регрессия.

3. Гипотеза, в которой независимые переменные идентичны, что делает ее подтверждение или опровержение невозможным:

- 1) тавтологическая;
- 2) корреляционная;
- 3) направленная;
- 4) каузальная.

4. Явление, характеристика или процесс, которые могут принимать различные конкретные значения:

1) экспериментальная модель;

2) переменная;

3) вариация;

4) корреляция.

5. Процесс отбора единиц наблюдения в состав выборочной совокупности по определенным правилам, определяемым целями и задачами исследования:

1) выборка;

2) группировка;

3) классификация;

4) ковариация.

Ключ к тестовому заданию № 2:

1-3; 2-2, 3-1; 4-2,5-1

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Анализ передачи рекламной информации;

2. Анализ полученных данных;

3. Генеральная совокупность и репрезентативность;

4. Глубинные интервью;

5. Дискриптивные методы в рекламных исследованиях;

6. Дискриптивные методы измерения;

7. Закрытые вопросы в рекламных исследованиях;

8. Интерпретация данных и составление рекомендаций;
9. Исследование передачи рекламной информации;
10. Кодировочные таблицы в рекламных исследованиях;
11. Контент-анализ в рекламных исследованиях;
12. Кривая нормального распределения;
13. Маркетинговые стратегии и целевые аудитории потребителей: проблемы эффективности;
14. Неслучайная выборка;
15. Обоснование проблемной ситуации;
16. Определение выборки в рекламных исследованиях;
17. Определение генеральной совокупности;
18. Открытые вопросы в рекламных исследованиях;
19. Представление данных в количественных исследованиях;
20. Протокол исследовательского процесса;
21. Протокол составления анкеты в рекламных исследованиях;
22. Протокол составления отчета о проведенном исследовании;
23. Руководство исследовательским проектом;
24. Сбор данных в рекламном исследовании;
25. Связи двух и более переменных;
26. Случайная выборка;
27. Современные концепты рекламной деятельности;
28. Составление когнитивной карты;

29. Стил ь жизни как область и предмет исследования в рекламе;
30. Теоретические исследования в рекламной деятельности;
31. Тестирование концепции;
32. Типология описательных методов социологического анализа рекламной деятельности;
33. Типы фокус-групп;
34. Точность и достаточность вторичных исследований;
35. Формат вопросов в исследовании эффективности рекламной продукции;
36. Ценностные ориентации как область и предмет исследования в рекламе;
37. Этические проблемы рекламных исследований.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Анализ передачи рекламной информации;
2. Анализ полученных данных;
3. Генеральная совокупность и репрезентативность;
4. Глубинные интервью;
5. Дискриптивные методы в рекламных исследованиях;
6. Дискриптивные методы измерения;
7. Закрытые вопросы в рекламных исследованиях;
8. Интерпретация данных и составление рекомендаций;
9. Исследование передачи рекламной информации;
10. Кодировочные таблицы в рекламных исследованиях;
11. Контент-анализ в рекламных исследованиях;

12. Кривая нормального распределения;
13. Маркетинговые стратегии и целевые аудитории потребителей: проблемы эффективности;
14. Неслучайная выборка;
15. Обоснование проблемной ситуации;
16. Определение выборки в рекламных исследованиях;
17. Определение генеральной совокупности;
18. Открытые вопросы в рекламных исследованиях;
19. Представление данных в количественных исследованиях;
20. Протокол исследовательского процесса;
21. Протокол составления анкеты в рекламных исследованиях;
22. Протокол составления отчета о проведенном исследовании;
23. Руководство исследовательским проектом;
24. Сбор данных в рекламном исследовании;
25. Связи двух и более переменных;
26. Случайная выборка;
27. Современные концепты рекламной деятельности;
28. Составление когнитивной карты;
29. Стил жизни как область и предмет исследования в рекламе;
30. Теоретические исследования в рекламной деятельности;
31. Тестирование концепции;
32. Типология описательных методов социологического анализа рекламной деятельности;

- 33. Типы фокус-групп;
- 34. Точность и достаточность вторичных исследований;
- 35. Формат вопросов в исследовании эффективности рекламной продукции;
- 36. Ценностные ориентации как область и предмет исследования в рекламе;
- 37. Этические проблемы рекламных исследований.

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине (5 семестр)

- 1. Вторичные исследования.
- 2. Выборочное и сплошное исследование.
- 3. Запросы маркетинга к рекламным исследованиям.
- 4. Интерпретация данных и составление рекомендаций.
- 5. Исследование передачи рекламной информации.
- 6. Качественные исследования.
- 7. Количественные исследования.
- 8. Концепция и технология тестирования концепции.
- 9. Логика и протокол исследовательского процесса.
- 10. Методологические подходы к исследованию рекламной деятельности.
- 11. Методология и методика анализа результатов исследований.
- 12. Наблюдения: используемые параметры.
- 13. Неслучайная выборка.
- 14. Обоснование необходимости проведения исследования; определение потребности в информации.
- 15. Объект и предметы теоретических и прикладных исследований в рекламе. Особенности рекламной деятельности как объекта исследования.
- 16. Определение генеральной совокупности и отбор наблюдений.
- 17. Определение целевой генеральной совокупности.
- 18. Организация, анализ и интерпретация данных.
- 19. Отчет о рекламном исследовании.
- 20. Планирование и сбор данных.
- 21. Предварительные обсуждения и согласования в рекламных исследованиях: обоснование проблемной ситуации.
- 22. Проверка гипотез.
- 23. Протокол составления анкеты.
- 24. Протокол составления отчета о проведенном исследовании.
- 25. Разработка закрытых вопросов.
- 26. Разработка открытых вопросов.
- 27. Репрезентативность выборки.

	<p>28. Случайная выборка. 29. Составление анкеты и формат вопросов. Анализ данных и представление результатов. 30. Социально-демографические и другие характеристики целевой аудитории. 31. Социологическое обеспечение рекламной кампании. 32. Теоретический и прикладной анализ в рекламной деятельности. 33. Физиологические исследования. 34. Фокус-группы. Исследование при помощи фокус-групп. 35. Формулировка и переформулировка проблем и гипотез. 36. Ценности и стиль жизни как область и предмет социологического исследования поведения потребителей. 37. Этические проблемы рекламных исследований.</p>
<p>Б1.В.ОД.10 Копирайтинг</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос • подготовка эссе, рефератов, презентаций. <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта и экзамена.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Аналитические исследования в копирайтинге. 2. Апеллирование как часть рекламных коммуникативных стратегий. 3. Аргументация для различных целевых аудиторий. 4. Архетипы и неотипы. 5. Бриф (креативная аннотация). 6. Виды вербального воздействия. 7. Виды рекламных аргументов и специфика их использования. 8. Выбор стиля рекламного текста в соответствии с брифом: повествовательный стиль; диалогический стиль; метафорический стиль; компаративный стил. 9. Выборы подхода к воздействию на потребителя: фатический подход, логико-ориентированный подход, эмоциональный подход. 10. Доказательные схемы рекламного тезиса. 11. Жанры и стили заголовков рекламного текста. 12. Инструментальное, символическое и фатическое использование языка. 13. Использование рамочных конструкций рекламного текста. 14. Использование языка в рекламе. 15. Классификация жанров рекламных текстов.

16. Классификация заголовков рекламных текстов.
17. Классификация стилей рекламных текстов.
18. Классификация стилей рекламных текстов.
19. Коммуникативная эффективность рекламных сообщений и ее структура.
20. Коммуникативные стратегии рекламных текстов и маркетинговые цели рекламной кампании.
21. Концепции творчества в рекламе.
22. Контраргументация в рекламных текстах.
23. Креативная стратегия.
24. Креолизованные тексты в рекламе.
25. Легендирование рекламного текста.
26. Методология и методика анализа коммуникативной эффективности рекламного сообщения.
27. Миф как способ организации восприятия реальности.
28. Мифотехнологии в рекламе.
29. Модели конструирования основного рекламного текста. Структура. Методика составления.
30. Мотивы рекламных текстов.
31. Общая характеристика основного рекламного текста Использование вербальных коммуникативных стратегий в основном рекламном тексте.
32. Особенности подготовки рекламных текстов политической рекламы.
33. Особенности подготовки текстов социальной рекламы.
34. Особенности целевых аудиторий рекламного воздействия.
35. Перевод потребностей в мотивационные рекламные структуры.
36. Политическая реклама. Классификация политической рекламы.
37. Политическая услуга и ее мультиатрибутивная модель.
38. Понятие о концепциях апеллирования в рекламных текстах.
39. Психологическая эффективность рекламного сообщения.
40. Психологические, эмоциональные и социальные особенности воздействия рекламных текстов на потребителя.
41. Рекламная стратегия.
42. Рекламные техники коммуникационных стратегий.
43. Речевая эффективность рекламного сообщения.
44. «Риторические фигуры» мифотворчества в рекламе.
45. Слоган (фирменный лозунг)
46. Составляющие креативной стратегии: целевая аудитория; предложение / позиционирование бренда; имидж бренда; интонация.
47. Социальная реклама. Классификация социальной рекламы.
48. Социальная эффективность рекламного сообщения.
49. Социальный, культурный и эмоциональный капитал в рекламе.
50. Специфика рекламных текстов для Интернет-рекламы.
51. Специфика рекламных текстов для наружной рекламы.
52. Специфика рекламных текстов для печатной рекламы.
53. Специфика рекламных текстов для радио.
54. Специфика рекламных текстов для телевидения.
55. Специфика рекламных текстов для транзитной рекламы.
56. Стили и структура подзаголовка.

57. Структура рекламного текста.
58. Творческая платформа в рекламе.
59. Творчество в копирайтинге.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Архетипы и неотипы.
2. Бриф (креативная аннотация).
3. Виды вербального воздействия.
4. Виды рекламных аргументов и специфика их использования.
5. Доказательные схемы рекламного тезиса.
6. Жанры и стили заголовков рекламного текста.
7. Инструментальное, символическое и фатическое использование языка.
8. Классификация жанров рекламных текстов.
9. Классификация заголовков рекламных текстов.
10. Классификация стилей рекламных текстов.
11. Коммуникативные стратегии рекламных текстов и маркетинговые цели рекламной кампании.
12. Концепции творчества в рекламе.
13. Креативная стратегия.
14. Креолизованные тексты в рекламе.
15. Легендирование рекламного текста.
16. Мифотехнологии в рекламе.
17. Модели конструирования основного рекламного текста. Структура. Методика составления.
18. Подготовка рекламных текстов политической рекламы.
19. Подготовка текстов социальной рекламы.
20. Профессиограмма копирайтера.
21. «Риторические фигуры» мифотворчества в рекламе.
22. Слоган (фирменный лозунг)
23. Социальная реклама. Классификация социальной рекламы.
24. Специфика рекламных текстов для различных медиа.
25. Стили подзаголовка.
26. Творчество в копирайтинге.
27. Тексты к рекламным иллюстрациям и визуальным элементам.
28. Эмоциональные и рациональные аргументы: их соотношение.
29. Эхо-фраза.

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине в 5 семестре

1. Аналитические исследования в копирайтинге.
2. Бриф (креативная аннотация).

3. Виды вербального воздействия.
4. Выбор стиля рекламного текста в соответствии с брифом: повествовательный стиль; диалогический стиль; метафорический стиль; компаративный стил.
5. Выборы подхода к воздействию на потребителя: фатический подход, логико-ориентированный подход, эмоциональный подход.
6. Жанры и стили заголовков рекламного текста.
7. Инструментальное, символическое и фатическое использование языка.
8. Использование рамочных конструкций рекламного текста.
9. Использование языка в рекламе.
10. Классификация жанров рекламных текстов. 2.Выбор жанра рекламного текста в соответствии с брифом.
11. Классификация заголовков рекламных текстов.
12. Классификация стилей рекламных текстов.
13. Классификация стилей рекламных текстов.
14. Коммуникативные стратегии рекламных текстов и маркетинговые цели рекламной кампании.
15. Концепции творчества в рекламе.
16. Креативная стратегия.
17. Креолизованные тексты в рекламе.
18. Основная функция подзаголовка. Варианты подзаголовков. Местоположение подзаголовка.
19. Рекламная стратегия.
20. Слоган (фирменный лозунг)
21. Составляющие креативной стратегии: целевая аудитория; предложение / позиционирование бренда; имидж бренда; интонация.
22. Социальный, культурный и эмоциональный капитал в рекламе.
23. Стили подзаголовка.
24. Структура подзаголовка
25. Структура рекламного текста.
26. Творческая платформа в рекламе.
27. Творчество в копирайтинге.
28. Тексты к рекламным иллюстрациям и визуальным элементам.
29. Терминология копирайтинга.
30. Типы рекламных текстов.
31. Уникальное торговое предложение. Концепция Ривза. Современные концепты.
32. Философия рекламы.
33. Функции заголовка рекламного текста.
34. Целевые установки заголовка рекламного текста.
35. Эхо-фраза.

Вопросы к экзамену по дисциплине в 6 семестре

1. Апеллирование как часть рекламных коммуникативных стратегий.
2. Аргументация для различных целевых аудиторий.
3. Архетипы и неоти́пы.
4. Виды рекламных аргументов и специфика их использования.
5. Доказательные схемы рекламного тезиса.

6. Коммуникативная эффективность рекламных сообщений и ее структура.
7. Креолизованные тексты рекламы.
8. Легендирование рекламного текста.
9. Методология и методика анализа коммуникативной эффективности рекламного сообщения.
10. Миф как способ организации восприятия реальности.
11. Мифотехнологии в рекламе.
12. Модели конструирования основного рекламного текста. Структура. Методика составления.
13. Мотивы рекламных текстов.
14. Общая характеристика основного рекламного текста Использование вербальных коммуникативных стратегий в основном рекламном тексте.
15. Основные принципы стратегических, профессиональных подходов к составлению и использованию рекламных текстов.
16. Особенности подготовки рекламных текстов политической рекламы.
17. Особенности подготовки текстов социальной рекламы.
18. Особенности целевых аудиторий рекламного воздействия.
19. Перевод потребностей в мотивационные рекламные структуры.
20. Политическая реклама. Классификация политической рекламы.
21. Политическая услуга и ее мультиатрибутивная модель.
22. Понятие контраргументации в рекламе. Техника введения в текст контраргументов.
23. Понятие о концепциях апеллирования в рекламных текстах.
24. Профессиограмма копирайтера.
25. Процесс создания рекламного текста: от концепции рекламной кампании до размещения текста.
26. Психологическая эффективность рекламного сообщения.
27. Психологические, эмоциональные и социальные особенности воздействия рекламных текстов на потребителя.
28. Рекламное обращение как отражение стратегий учета потребностей человечества.
29. Рекламные техники коммуникационных стратегий.
30. Рекламный текст как коммуникативная единица.
31. Речевая эффективность рекламного сообщения.
32. «Риторические фигуры» мифотворчества в рекламе.
33. Сегментация и агрегирование российских потребительских целевых аудиторий.
34. Социальная реклама. Классификация социальной рекламы.
35. Социальная эффективность рекламного сообщения.
36. Специфика рекламных текстов для Интернет-рекламы.
37. Специфика рекламных текстов для наружной рекламы.
38. Специфика рекламных текстов для печатной рекламы.
39. Специфика рекламных текстов для радио.
40. Специфика рекламных текстов для телевидения.
41. Специфика рекламных текстов для транзитной рекламы.
42. Тропы и другие образительно – выразительные средства рекламных текстов.
43. Эмоциональные и рациональные аргументы: их соотношение.
44. Эффективность рекламных кампаний и рекламных обращений. Виды эффективности.

Б1.В.ОД.11.1 Теория и практика
рекламного дизайна

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- тестирование;
- текущие просмотры

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценок:

- устные ответы;
- оценка выполнения самостоятельной работы студентов: работа с первоисточниками, реферативная, исследовательская работа, выполнение заданий в форме реализации НИРС).

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета. Зачет проводится в формате итогового просмотра и защиты графических листов по теме «Фирменный стиль предприятия».

«**Зачет**» заслуживает студент, аккуратно посещающий лекции и практические занятия; выполнивший в полном объеме и защитивший все задания, предусмотренные программой дисциплины.

«**Не зачет**» выставляется студенту, имеющему систематические пропуски, не выполнившего в полном объеме практические и индивидуальные задания, предусмотренные программой дисциплиной.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)

1. Проектирование, осуществляемое на базе существующего изделия (средового фрагмента), имеющего назначение, сходное с проектируемым объектом, используемого дизайнером в качестве предмета предпроектного анализа с целью выработки или уточнения проектной идеи –

- a) проектирование «по прототипам»;
- b) проектирование «без аналогов»;
- c) системный поиск.

2. Составление обобщенных композиционных схем позволяет автору

- a) визуализировать планируемый объект;
- b) избежать ошибок и искажений в процессе работы, увидеть положительные и спорные стороны идеи;
- c) оценить художественную ценность проекта.

3. Условное или «натуральное» объемно-пространственное изображение или представление объекта в определенном масштабе, позволяющее оценить эстетические, функциональные, конструктивно-технологические или потребительские качества нового объекта –

- a) эскизный проект;
- b) клаузура;
- c) макет.

4. Определите вид дизайнерской деятельности

ВИДЫ ДИЗАЙНОВ	ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ	РОДСТВЕННЫЕ ВИДЫ ИСКУССТВ
<ul style="list-style-type: none"> • • • • • • ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ • РЕКЛАМА, УПАКОВКА • ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ • ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ • КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА 	ИНФОРМАЦИЯ	ЖИВОПИСЬ, ГРАФИКА

- a) промышленный дизайн;
- b) графический дизайн;
- c) средовой дизайн.

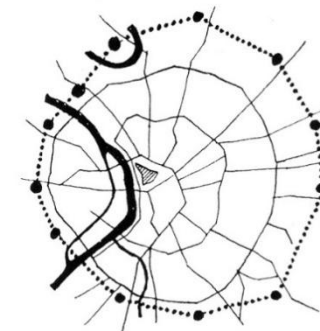
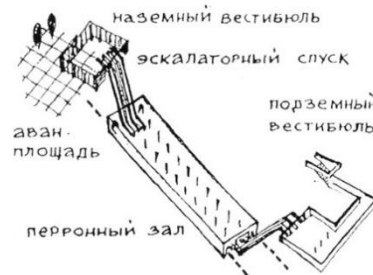
5. Процесс создания чего-либо нового, в том числе новых формальных решений, которые в свою очередь могут быть индивидуальными или типовыми –

- a) рационализаторское предложение;
- b) изобретательство;
- c) проектирование.

6. Промежуточное или конечное описание объекта проектирования, зафиксированное в соответствующей художественно-конструкторской документации, необходимое для составления технической документации производства и последующей эксплуатации продукции

- a) дизайн-прогноз;
- b) дизайн-проект;
- c) дизайн-концепция.

7. Укажите, на каком из рисунков представлен комплексный средовой объект:



a)

b)

c)

8. При преобразовании условий проектной задачи в принципы ее решения, а также создании из описания потребности модели материально-пространственного объекта, приоритетным является

- a) проработка композиционной структуры;
- b) проведение гармонизирующих мероприятий.

9. Обследование, знакомство с ситуацией, контекстом размещения будущего объекта, перечнем свойств, которыми он должен обладать, постановка задачи проблематизации задания, предварительный выбор вариантов возможного разрешения проблемы –

- a) стадия предпроектного анализа проектирования;
- b) проектное предложение;
- c) завершающая стадия проектирования.

10. Комплекс приемов и способов получения исходных данных для проектирования. Умелый их выбор и использование оказывают большое влияние на эффективность работы дизайнера.

- a) системный анализ;
- b) сбор информации;
- c) тактика системного дизайна.

11. Одна из основных эстетических категорий, отмечающей качественное совершенство объекта (воспринимаемое через его форму), соответствующее современному уровню требований к потребительским свойствам вещей, сооружений и среды в целом –

- a) красота;
- b) композиция;
- c) экспозиция.

12. Принципиальная дизайнерская идея будущего проекта –

- a) дизайн-концепция;
- b) дизайн-проект;
- c) дизайн-прогноз.

13. Проблемный вариант формирования дизайн-концепции, обусловленный новаторским видением проблем проекта и разработкой новых идей их решения: внедрением новых технологий, размещением средового комплекса в принципиально новом окружении, изобретением новых строительных материалов и конструкций, необыкновенных технических устройств, –

- a) проектирование «по прототипам»;
- b) проектирование «без аналогов»;
- c) пофакторный анализ проектируемого объекта.

14. Предпроектная деятельность (анализ ситуации, опыт, эрудиция) формируют

- a) основу для проектирования нового объекта;
- b) обоснование выбора отделочных материалов;
- c) графическую подачу проекта.

15. Они формируют прежде всего информационные показатели (направление движения, его скорость, места узлов пересечения и перераспределения потоков и пр.); но внешний вид этой группы средств столь активен, что часто они «перевешивают» в облике среды роль других ее компонентов

- a) визуальные коммуникации;
- b) информационные устройства;
- c) устройства, связанные с подготовкой к производственному или бытовому процессу.

16. Изучение аналогов, обзор литературных данных и реальных прототипов, выяснение их положительных и отрицательных качеств, формулировка задач дальнейшей работы –

- a) предпроектный анализ;
- b) проектное решение;
- c) корректировка и завершение проектного предложения.

	<p>17. Предпроектные исследования необходимы</p> <ol style="list-style-type: none"> a) только в промышленном дизайне; b) только при проектировании средовых объектов и систем; c) в любом виде дизайнерской деятельности. <p>18. Обслуживающие программы ЭВМ, предназначенные для облегчения труда специалистов (дизайнеров в том числе), работающих с графическими данными –</p> <ol style="list-style-type: none"> a) графические редакторы; b) дизайн-программы; c) CorelDRAW. <p>6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</p> <p>6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций</p> <p>6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дизайн. Основные понятия и положения. 2. Условия возникновения дизайна. 3. Общие понятия дизайна, его место в проектной культуре. 4. Дизайн и его наука. Методологические проблемы построения теории дизайна. 5. Специфика проектно-художественной деятельности дизайнера. 6. Место дизайна в проектном творчестве, его связь с другими видами искусств. 7. Виды современной дизайнерской деятельности 8. Понятие о среде. Среда как объект проектирования, ее характеристики и слагаемые. 9. Типология видов и форм среды и задачи ее проектирования. Разнообразие видов и форм среды. 10. Средовой объект, система, комплекс. Критерии классификации средовых объектов и систем.
<p>Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> – тестирование; – защита домашних заданий; – текущие просмотры <p><i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценок:</p> <ul style="list-style-type: none"> – устные ответы; – оценка выполнения самостоятельной работы студентов: работа с первоисточниками, реферативная, исследовательская работа, выполнение заданий в форме реализации НИРС). <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета. Зачет проводится в</p>

формате итогового просмотра и защиты графических листов по определенной тематике.

«Зачет» заслуживает студент, аккуратно посещающий лекции и практические занятия; выполнивший в полном объеме и защитивший все задания, предусмотренные программой дисциплины.

«Не зачет» выставляется студенту, имеющему систематические пропуски, не выполнившего в полном объеме практические и индивидуальные задания, предусмотренные программой дисциплиной.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

11. Приведите примеры объектов рекламного дизайна.
12. Что такое образ?
13. Как реализуются коммуникативные функции дизайна?
14. Как понять тезис «дизайн контролирует движение глаз зрителя»?
15. Почему эмоции зрителя при восприятии имеют первоочередное значение для разработки дизайна?
16. Какова роль позитивного и негативного пространства в дизайн-решении?
17. Почему особое значение имеет анализ визуальных предпочтений целевой аудитории? Как соотносятся предпочтения, ожидания целевой аудитории с выбором средств и приемов дизайна?
18. В чем заключается логика размещения текста и иллюстрации с учетом психологии восприятия зрителем?
19. Роль предпроектного анализа в дизайне.
20. От каких факторов зависит цветовое восприятие?
21. Как выбор художественных средств влияет на коммуникативную роль плаката?
22. Назовите типы плаката и их особенности.
23. Какова методика дизайн-проектирования?
24. Что такое «айдентика»?
25. Раскройте значение упаковки как рекламно-маркетингового средства продвижения товара.
26. Как соотносится дизайн-концепция и рекламная концепция товара?
27. Что такое «мерчандайзинг»?
28. Как технологические особенности производства упаковки влияют на дизайн-решение проекта?
29. Назовите виды рекламных носителей.
30. Перечислите основные компоненты фирменного стиля и их классификацию.
31. Как имидж компании находит отражение в брендбуке?
32. Определите этапы разработки брендбука.

6.2.2. Вопросы к зачету по дисциплине

33. Дайте определение понятия «дизайн».
34. Образ художественный и образ проектный.
35. Функции объектов рекламного дизайна.
36. Основы эффективного дизайна.
37. Типы зрительского восприятия и способы его активизации.

	<p>38. Предпроектный анализ в дизайне: обзор и анализ аналогов. 39. Цветовая гармония в рекламном дизайне. Роль цветовой гаммы в рекламном дизайне 40. Плакат как графическая форма 41. Композиционные приемы в плакатной графике 42. Концепция в дизайне. Рекламная концепция товара. Роль упаковки 43. Виды и типы упаковки 44. Технологии упаковочных производств 45. Рекламные носители. Особенности визуального решения рекламы 46. Компоненты фирменного стиля и их классификация 47. Структура брендбука</p>		
<p>Б1.В.ОД.12 Звук в жанрах медиа</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: рефераты, анализ медиажанров в аспекте звуковой составляющей.</p> <p>6.2.Оценочные средства 6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций) Дать краткие определения данным понятиям</p> <table border="1" data-bbox="593 718 1870 1241"> <tr> <td data-bbox="593 718 1227 1241"> Аллюзия Вербальный текст Видеоклип Внутрикадровая музыка Драматургия Закадровая музыка Жанры кинематографа Жанры музыкальные Классификация видеоклипов Клипový монтаж Коллаж Кульминация Лейтмотив Лейтмотив-символ Медиа́текст Медиа́жанр Минимализм </td> <td data-bbox="1227 718 1870 1241"> Медиаобразование Монотематизм Монтаж Монтажный ритм Музыкальный логотип Музыкальный слоган Музыкальная разбивка Первичные жанры Видеоклип Система лейтмотивов Сонористика Стилизация Средства музыкальной выразительности Функции звука в рекламе Цитата Жанры рекламы </td> </tr> </table> <p>6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля (не предусмотрено).</p> <p>6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций 1.Классическая музыка как объект цитирования в рекламе 2.Джазовый пласт как объект цитирования в рекламе 3. Рок-музыка как объект цитирования в рекламе 4.Песенный пласт (фольклор, песни советских композиторов) как объект цитирования в рекламе</p>	Аллюзия Вербальный текст Видеоклип Внутрикадровая музыка Драматургия Закадровая музыка Жанры кинематографа Жанры музыкальные Классификация видеоклипов Клипový монтаж Коллаж Кульминация Лейтмотив Лейтмотив-символ Медиа́текст Медиа́жанр Минимализм	Медиаобразование Монотематизм Монтаж Монтажный ритм Музыкальный логотип Музыкальный слоган Музыкальная разбивка Первичные жанры Видеоклип Система лейтмотивов Сонористика Стилизация Средства музыкальной выразительности Функции звука в рекламе Цитата Жанры рекламы
Аллюзия Вербальный текст Видеоклип Внутрикадровая музыка Драматургия Закадровая музыка Жанры кинематографа Жанры музыкальные Классификация видеоклипов Клипový монтаж Коллаж Кульминация Лейтмотив Лейтмотив-символ Медиа́текст Медиа́жанр Минимализм	Медиаобразование Монотематизм Монтаж Монтажный ритм Музыкальный логотип Музыкальный слоган Музыкальная разбивка Первичные жанры Видеоклип Система лейтмотивов Сонористика Стилизация Средства музыкальной выразительности Функции звука в рекламе Цитата Жанры рекламы		

5. Музыка немого кинематографа
6. Жанры музыкальных передач: тематика, стилистика, форма
7. Соотношение музыкального и визуального рядов в структурировании видеоклипа
8. Взаимосвязь жанровой специфики музыкального материала с композиционной стороной в видеоклипе.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

Студент получает зачет при условии ответов на теоретические вопросы курса.

1. Текст, медиатекст – определение понятий
2. Категории медиа
3. Функции музыки в медиатексте
4. Принципы сочетания музыки с видеорядом
5. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста
6. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа
7. Приемы музыкальной звукорежиссуры и их роль в создании рекламных аудио и видеороликов
8. Музыкальный слоган и логотип, их роль в рекламной теле и радиокommunikации
9. Индивидуализированный музыкальный материал в теле и радиорекламе
10. Принципы классификации видеоклипа
11. Функции музыки в радио и телеэфире
13. Кульминации в медиатекстах: виды, местоположение в форме целого, роль музыки в их создании
14. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста
15. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа
16. Роль звука в рекламе

На зачете студент представляет творческих мультимедийных заданий.

1. Озвучивание (перезвучивание) видеоряда

1.1. Озвучить, подобранный по выбору студента, фрагмент немого фильма как минимум в 2-х вариантах, используя иллюстративно-образительный, тематический либо отвлеченный метод озвучивания видеоряда;

1.2. Подобрать к предложенному видеофрагменту три варианта музыки, за счет которой придать видеоряду черты мелодрамы (драмы), комедии, триллера;

1.3. Используя предложенные видеофрагменты (возможно их частичное использование), выстроить из них композицию, подобрать к ней музыкальное сопровождение, используя принципы технического, публицистического или художественного видов монтажа. Подобрать название к получившемуся видеоклипу.

2. Подбор видеоряда к музыке

2.1. Используя данный музыкальный материал (по выбору педагога), создать на его основе видеокomпозицию (видеоролик, видеоклип). Подобрать название, объяснить принципы сочетания музыки и видеоряда.

3. Работа с рекламой

3.1. Разработать и записать три разножанровых рекламных ролика: аудиореклама, телереклама, анонс.

4. Музыка в формах радиовещания и телевидения

4.1. Придумать и записать музыкальную заставку к своей теле (радио) передаче (или передаче реально существующей на одном из каналов);

4.2. Придумать и записать музыкальный слоган к конкретному теле (радио) каналу;

4.3. Составить текстовый блок и музыкальное сопровождение к разделу новостной программы «Новости культуры», «Новости университета», «Новости консерватории»;

	<p>4.4. Придумать и записать разножанровые музыкальные разбивки.</p> <p>6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине (не предусмотрены)</p> <p>6.2.6. Примерная тематика курсовых работ (не предусмотрена)</p>
<p>Б1.В.ОД.13 Эвент технологии в рекламе</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Устный опрос • Подготовка эссе, рефератов, презентаций <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена в 7 семестре.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типология и классификация эвент-мероприятий. 2. Компетенции и обязанности эвент-менеджера. 3. Эвент-менеджмент как инструмент управления персоналом. 4. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия. 5. Литературный сценарий как основа мероприятия и сценарий-план эвент-мероприятия. 6. Образно-смысловой ход сценария и его триединство (образно-игровой ход, декора-тивно-образный, образно-музыкальный) 7. Монтаж в литературно-художественном творчестве. Изобразительная функция мон-тажа. 8. Предварительные исследования, разработка и планирование эвент-мероприятий. 9. Основные методы определения бюджета эвент-мероприятия. 10. Идея и концепция эвент-мероприятия. 11. Оценки выполнимости эвент-проекта. 12. Расчет времени на реализацию эвент-проекта. 13. Критерии отбора поставщиков и партнеров эвент-проектов. 14. Виды услуг, необходимых при проведении эвент-мероприятий. <p>.</p> <p>Тематика эссе, рефератов, презентаций</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие эвент-маркетинга и развитие технологий организации эвент-мероприятий. 2. Масштаб эвент-мероприятий: частные, городские, региональные, межрегиональные, федеральные, международные.

3. Эвент-мероприятия как инструмент укрепления внутренней и внешней лояльности.
4. Формирование достижимых целей и бюджетирование эвент-программ компании.
5. Образно-смысловой ход сценария и его композиционная структура.
6. Сводный план эвент-мероприятия и функциональные планы по направлениям.
7. Спонсорский пакет и спонсорские привилегии. Мотивация и стимулирование спонсорства.
8. Авторские права и их защита.
9. Коммуникационные стратегии создания благоприятной среды реализации проекта.
10. Метод комплексной оценки эффективности эвент-мероприятия.
11. Способы минимизации затрат на проведение эвент-мероприятий.
12. Основные тенденции развития индустрии развлечений и организации мероприятий.

Промежуточный контроль

Вопросы к экзамену по дисциплине в 7 семестре

1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий.
2. Исторические корни индустрии развлечений. Масштабы и темпы развития технологий организации собраний, досуговых и корпоративных мероприятий.
3. Возможности для массовых эвент-мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах.
4. Международные массовые эвент-мероприятия.
5. Типология и классификация эвент-мероприятий.
6. Компетенции и обязанности эвент-менеджера.
7. Эвент-менеджмент как инструмент управления персоналом.

8. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия.
9. Литературный сценарий как основа мероприятия и сценарий-план эвент-мероприятия.
10. Образно-смысловой ход сценария и его триединство (образно-игровой ход, декора-тивно-образный, образно-музыкальный).
11. Композиционная структура сценария. Экспозиция, завязка, кульминация, развязка драматургического произведения.
12. Монтаж в литературно-художественном творчестве. Изобразительная функция мон-тажа.
13. Предварительные исследования, разработка и планирование эвент-мероприятий.
14. Основные методы определения бюджета эвент-мероприятия.
15. Идея и концепция эвент-мероприятия.
16. Оценки выполнимости эвент-проекта.
17. Расчет времени на реализацию эвент-проекта.
18. Критерии отбора поставщиков и партнеров эвент-проектов.
19. Виды услуг, необходимых при проведении эвент-мероприятий.
20. Спонсорский пакет и спонсорские привилегии. Мотивация и стимулирование спонсорства.
21. Общие принципы заключения договоров. Ключевые элементы договора.
22. Управление творческим процессом при планировании эвент-мероприятия.
23. Продвижение эвент-проекта: реклама, PR, инструменты маркетинга.
24. Целевые группы воздействия и каналы коммуникаций.
25. Оценка результатов и критерии эффективности эвент-мероприятия.
26. Взаимосвязь целей эвент-мероприятия и критериев эффективности.
27. Финансовый менеджмент эвент-мероприятия.

	<p>28. Финансовые цели мероприятия. Твердые и переменные издержки и доходные элементы эвент-мероприятия.</p> <p>29. Финансовый план эвент-мероприятия.</p> <p>30. Финансовые отношения между клиентами, подрядчиками и субподрядчиками эвент-проекта.</p> <p>31. Формирование цены услуг в сфере эвент-менеджмента. Внешние и внутренние факторы. Способы минимизации расходов.</p> <p>32. Основные тенденции развития индустрии</p>
--	--

Б1. В. ОД.14 Коммуникативистика и медиапланирование

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

1. устный опрос
2. подготовка эссе, рефератов, презентаций.
- 3.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета в 7 семестре, в форме экзамена в 8 семестре.

Текущий контроль

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

- Общие модели коммуникативных стратегий и технологий.
- Виртуальные технологии.
- Психотехнологии в коммуникативных процессах.
- Информационные технологии в постиндустриальном обществе.
- Вербальные ресурсы коммуникации.
- Текст как коммуникативная единица.
- Роль и функции текста.
- Устройство текста. Предметная сторона текста. Смысловая сторона текста.
- Знания, ценности, нормы в тексте.
- Выразительная сторона текста. Выразительные средства.
- Невербальные ресурсы коммуникации Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации.
- Социальная дифференциация и варьирование.
- Соотношение сознательного и бессознательного в невербальной коммуникации.
- Функции невербальных средств коммуникации.
- Средовые виды коммуникации Визуальная коммуникация. Коммуникация с помощью хеморецептики.
- Синтетические виды знаковых систем .
- Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театральном искусстве, литературе.
- Коммуникативные системы в фотографии, кино и телевидения.
- Мифологическая и художественная коммуникации.
- Перформанс как коммуникация.
- Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации
- Цели, задачи место медиапланированию в и рекламе.
- Взаимосвязь медиапланирования с другими дисциплинами.
- Медиапланирования в современном бизнесе и менеджменте.
- Обоснование выбора носителя рекламы в медиапланирование.

- Интегрированные маркетинговые коммуникации в медиапланирование.
- Основные понятия в медиапланировании: HUT, GPR и т.д.
- Охват и частота, понятие эффективной частоты.
- Рейтинг и его определение.
- Решение о временном периоде размещения рекламы, вес рекламной кампании.
- Схемы паттерн-охвата аудитории и их взаимосвязь с жизненным циклом товара Левита.
- Модели в медиапланирование.
- Цели и задачи медиаплана.
- Место и роль медиаплана рекламной кампании.
- Основные составляющие и эффективность медиаплана.
- Характеристика основных медианосителей в рекламе. Их положительные стороны и недостатки в рамках медиапланирования.
- Виды рекламных агентств и особенности их работы по отношению к медиапланированию.
- Медиаисследования.
- Особенности закупки рекламного времени.
- Контроль прохождения рекламной кампании.
- Масс-медиа в структуре современной жизни, их использование в рекламной деятельности.
- Выбор оптимизированного бюджетного плана при создании медиаплана.
- Принципы планирования медиастратегии.
- Стратегия и тактика медиапланирования.
- Медиа цели и медиа стратегии в медиапланирование.
- Специфика использования Media Mix.
- Модели рекламных кампаний.
- Проблемы коммуникативной эффективности рекламных кампаний.

Тематика эссе и рефератов

28. Определения коммуникации;
29. Генезис коммуникаций. Виды коммуникаций;
30. Невербальные коммуникации;
31. Вербальные коммуникации;
32. Эволюция и основные парадигмы социальной коммуникации;
33. Модели коммуникации;
34. Массовые коммуникации и «галактика Гутенберга»;
35. Массовые коммуникации и информациональное общество;
36. Коммуникации в социальных сетях;
37. Межкультурные коммуникации;
38. Межличностные коммуникации;
39. Коммуникации в организациях;
40. Основные виды Интернет-коммуникаций;

41. Коммуникация в социальных сетях Интернет;
42. Масс-медиа в Интернет;
43. Визуальный поворот и визуальные коммуникации;
44. Модель коммуникативного процесса;
45. Информация в коммуникативной системе;
46. Общение как коммуникативный процесс;
47. Коммуникатор: цели, роли, коммуникативная сфера;
48. Коммуникативная личность и система социальных коммуникаций;
49. Содержание и средства речевой коммуникации;
50. Семиотика языка;
51. Обратная связь в системе коммуникаций;
52. Общественное мнение;
53. Барьеры и фильтры коммуникации;
54. Производство и потребление информации: локальный аспект;
55. Производство и потребление информации: глобальный аспект;
56. Информатизация социума;
57. Информациональное общество;
58. Информационная безопасность;
59. Средства массовой информации;
- 60.** Электронные средства массовой коммуникации (СМК).

Тематика презентаций

1. Коммуникативистика среди современных наук;
2. Типы и виды коммуникаций;
3. Коммуникативистика среди современных наук;
4. Типы и виды коммуникаций;
5. Коммуникативные революции;
6. Прикладные модели коммуникации;
7. Классификация основных парадигм социальных коммуникаций;
8. Классификация концепция исследования социальных коммуникаций;
9. Теория массового общества;

10. Структурные направления в исследовании массовой коммуникации;
11. Типы и виды коммуникации;
12. Визуальные коммуникации;
13. Коммуникационные процессы в корпоративных структурах;
14. Мифологическая и художественная коммуникация;
15. Модели массовой коммуникации;
16. Визуализированные средства массовой информации;
17. Каналы коммуникации;
18. Целевые аудитории их границы;
19. Кодирование и декодирование визуальной информации;
20. Факты, фактоиды и способы аргументации;
21. Типы коммуникативной личности;
22. Индивидуальные и социальные цели коммуникаторов;
23. Социально-коммуникативные роли участников коммуникационных процессов;
24. Социокультурные контексты коммуникативных процессов;
25. Типология знаков и знаковых систем;
26. Символьная коммуникация;
27. Визуальная коммуникация как символьная коммуникация;
28. Креолизованные и визуальные тексты;
29. Типология информационных систем;
30. Модели распределения информации в системах управления различных уровней;

31. Информационный капитал;
32. Социально-коммуникативные сети Интернет;
33. Понятие и типы эффективности коммуникации;
34. Барьеры и фильтры коммуникации;
35. Коммуникативная эффективность коммуникации и ее измерение;
36. Экономическая эффективность коммуникации и ее измерение;
37. Коммуникации в государственных и общественных структурах;
38. Коммуникации в экономической, производственной и коммерческой сфере;
39. Коммуникации в культуре;
40. Рекламные коммуникации.

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине в 7 семестре

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность». «текстовая деятельность».
2. Биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
3. Функции коммуникации, единицы коммуникации, категории коммуникации.
4. Направления изучения коммуникации: бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменализм, функциональный подход, структурализм, технологический детерминизм и др.
5. Коммуникативные революции (изобретение письменности; изготовление печатного станка; внедрение электронных масс-медиа).
6. Позитивистский, неклассический (Ю.Хабермас) и постнеклассический (Н.Луман) методологические подходы к теории коммуникации.
7. Классическая парадигма коммуникации Г.Лассуэлла.

8. Теория массового общества и место коммуникации в ней.
9. Теории гегемонии массовой коммуникации, теория эгалитарной массовой коммуникации,
10. Структурно-функциональный подход к коммуникации.
11. Культурологические подходы к коммуникации.
12. Теория информационного общества.
13. Теория коммуникативной компетентности.
14. Базовые элементы социальной коммуникации.
15. Типы коммуникаций (Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня. Внешние и внутренние коммуникации. Непосредственные (прямые). Опосредованные коммуникации. Активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации).
16. Вербальные и невербальные коммуникации.
17. Виды коммуникаций: вертикальные и горизонтальные коммуникации, офисные коммуникации, конфликтные и протестные коммуникации, уличные коммуникации.
18. Реклама как вид коммуникации.
19. Функции массовой коммуникации.
20. Линейная модель коммуникации.
21. Нелинейные модели коммуникации.
22. Циркулярная модель коммуникации.
23. Семиотические модели коммуникации.
24. Двуступенчатые модели коммуникации.
25. Визуальный поворот. Визуальные коммуникации.
26. Коммуникации в организации и управлении.

27. Социальные сети и коммуникации.
28. Сетевые коммуникации в традиционных сетях.
29. Сетевые коммуникации в Интернете.
30. Межличностная коммуникация и ее модели.
31. Теории мотивации и межличностная коммуникация.
32. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
33. Особенности межличностных коммуникаций в поликультурном обществе.
34. Основные виды коммуникации в Интернет.
35. Эффективность коммуникаций и ее измерение.
36. Коммуникативный процесс и его модели.
37. Структура коммуникативного процесса.
38. Структура речевого сообщения. Структур рекламного текста.
39. Движение информации в каналах коммуникации.
40. Социальная коммуникативная ситуация.
41. Обмен информацией посредством формализованных каналов.
42. Обмен информацией посредством неформализованных каналов.
43. Аргументация как коммуникативная процедура.
44. Цели коммуникатора и способы их достижения.
45. Коммуникативные роли и коммуникативная сфера.
46. Личность в системе коммуникации.
47. Коммуникативная потребность.

48. Коммуникативная установка.
49. Коммуникативная культура личности.
50. Коммуникативная культура организации.
51. Информационный уровень коммуникативной культуры.
52. Перцептивный уровень коммуникативной культуры.
53. Интерактивный уровень коммуникативной культуры.
54. Эмоциональный уровень коммуникативной культуры.
55. Процессуальный уровень коммуникативной культуры.
56. Гендерные факторы коммуникативной культуры организации.
57. Информационные факторы коммуникативной культуры организации.
58. Социоэкологические факторы коммуникативной культуры организации.
59. Ситуационные факторы коммуникативной **культуры организации.**
60. Коммуникативные системы.
61. Семиотика языка: синтактика, семантика, прагматика.
62. Целевая аудитория и обратная связь в коммуникации.
63. Общественное мнение и средства его формирования и управления им.
64. Барьеры коммуникации.
65. Фильтры в коммуникативном процессе.
66. Искажение информации в коммуникативном процессе.
67. Структура информации.
68. Информационная сфера общества и информатизация.

69. Информация в процессах правления.
70. Информационное общество и процессы глобализации, регионализации, локализации и глокализации.
71. Информационные ресурсы.
72. Информационная безопасность.
73. Информационный мониторинг.
74. Информационные сети и сетевое общество.
76. Коммуникация и коммуникационные системы в сфере культуры.
77. Коммуникации и виртуальная реальность.
78. Визуализация информации и коммуникационных процессов.
79. Креолизованные и визуальные тексты в рекламе.
80. Особенности коммуникации в различных сферах деятельности и социальных ситуациях (экономике, политике, коммуникации в условиях организационного кризиса, коммуникации в условиях социального кризиса)

Вопросы к экзамену в 8 семестре

- 1 Каналы размещения рекламы и оценка их эффективности.
- 2 Анализ возможностей телевидения (радио, газет, журналов) как средства эффективной коммуникации.
- 3 Выбор канала размещения рекламы в целевом маркетинге.
- 4 Сегментирование при выборе целевой аудитории коммуникации.
5. Влияние процессов глобализации на массовые коммуникации.
- 6 Принципы выбора печатного издания для размещения рекламы.
- 7 Принципы выбора телевизионного канала для размещения рекламы.
- 8 Рекламоноситель для универсального товара.

- 9 Оценка итогов рекламной кампании.
- 10 Определение целевой аудитории.
11. Виды рекламы в массовых коммуникациях.
12. Стратегия и тактика медиапланирования.
13. Виды стратегий в медиапланировании.
14. Маркетинговые исследования в медиапланировании.
15. Особенности медиапланирования политической рекламы.
- 16 Особенности медиапланирования социальной рекламы.
- 17 Рейтинги радио- и телепередач и рекламная политика СМК.
18. Единицы измерения аудитории конкретных радио- и телепередач
19. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность». «текстовая деятельность».
20. Функции коммуникации, единицы коммуникации, категории коммуникации.
21. Направления изучения коммуникации: бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменализм, функциональный подход, структурализм, технологический детерминизм и др.
22. Коммуникативные революции (изобретение письменности; изготовление печатного станка; внедрение электронных масс-медиа).
23. Позитивистский, неклассический (Ю.Хабермас) и постнеклассический (Н.Луман) методологические подходы к теории коммуникации.
24. Классическая парадигма коммуникации Г.Лассуэлла.
25. Теория массового общества и место коммуникации в ней.
26. Теории гегемонии массовой коммуникации, теория эгалитарной массовой коммуникации,
27. Структурно-функциональный подход к коммуникации.

28. Культурологические подходы к коммуникации.
29. Теория информационного общества.
30. Теория коммуникативной компетентности.
31. Базовые элементы социальной коммуникации.
32. Типы коммуникаций (Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня. Внешние и внутренние коммуникации. Непосредственные (прямые). Опосредованные коммуникации. Активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации).
33. Вербальные и невербальные коммуникации.
34. Виды коммуникаций: вертикальные и горизонтальные коммуникации, офисные коммуникации, конфликтные и протестные коммуникации, уличные коммуникации.
35. Функции массовой коммуникации.
36. Линейная модель коммуникации.
37. Нелинейные модели коммуникации.
38. Циркулярная модель коммуникации.
39. Семиотические модели коммуникации.
40. Двуступенчатые модели коммуникации.
41. Визуальный поворот. Визуальные коммуникации.
42. Коммуникации в организации и управлении.
43. Социальные сети и коммуникации.
44. Сетевые коммуникации в традиционных сетях.
45. Сетевые коммуникации в Интернете.
46. Межличностная коммуникация и ее модели.

47. Теории мотивации и межличностная коммуникация.
48. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
49. Особенности межличностных коммуникаций в поликультурном обществе.
50. Основные виды коммуникации в Интернет.
51. Эффективность коммуникаций и ее измерение.
52. Коммуникативный процесс и его модели.
53. Структура коммуникативного процесса.
54. Структура речевого сообщения. Структур рекламного текста.
55. Движение информации в каналах коммуникации.
56. Социальная коммуникативная ситуация.
57. Обмен информацией посредством формализованных каналов.
58. Обмен информацией посредством неформализованных каналов.
59. Аргументация как коммуникативная процедура.
60. Цели коммуникатора и способы их достижения.
61. Коммуникативные роли и коммуникативная сфера.
62. Личность в системе коммуникации.
63. Коммуникативная потребность.
64. Коммуникативная установка.
65. Коммуникативная культура личности.
66. Коммуникативная культура организации.
67. Информационный уровень коммуникативной культуры.

	<p>68. Перцептивный уровень коммуникативной культуры.</p> <p>69. Интерактивный уровень коммуникативной культуры.</p> <p>70. Эмоциональный уровень коммуникативной культуры.</p> <p>71. Процессуальный уровень коммуникативной культуры.</p> <p>72. Гендерные факторы коммуникативной культуры организации.</p> <p>73. Информационные факторы коммуникативной культуры организации.</p> <p>74. Социоэкологические факторы коммуникативной культуры организации.</p> <p>75. Ситуационные факторы коммуникативной культуры организации.</p> <p>76. Коммуникативные системы.</p> <p>77. Семиотика языка: синтактика, семантика, прагматика.</p> <p>78. Целевая аудитория и обратная связь в коммуникации.</p> <p>79. Общественное мнение и средства его формирования и управления им.</p> <p>80. Барьеры коммуникации.</p> <p>81. Фильтры в коммуникативном процессе.</p> <p>82. Информация в процессах правления.</p>
<p>Б1.В. ОД. 15. Публичное экспонирование визуальных объектов</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос • подготовка эссе, рефератов, презентаций. <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена в 7 и 8 семестрах.</p>

Текущий контроль

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Визуальный объект массового восприятия и его свойства.
2. Искусство как средство коммуникации между стратами и как средство восходящей социальной мобильности.
3. Музейная и галерейная коммуникация.
4. Основные понятия музейной экспозиции.
5. Концепции деятельности музея, галереи, выставочного зала.
6. Принципы классификации музеев и галерей. Статус музея и организация его деятельности.
7. Современные тенденции развития музеев, галерей и выставочных локаций.
8. Социокультурная и художественная среда музея, галереи, экспоцентра.
9. Социокультурные функции музея, галереи, выставочного зала.
10. Спонсирование художественных проектов как рекламная и ПР- технология. Использование образов, мотивов, сюжетов «высокой культуры» - широкое распространение копий, сувениров, туризм к центрам мировой культуры, стилизация и эстетизация новых товаров, рекламы и т.д.
11. Стационарные и передвижные выставки.
12. Типология галерей.
13. Типология музеев.
14. Типы и виды музейных выставок.
15. Взаимодействие художника и зрителя.
16. Художественная среда
17. Частные галереи.
18. Частные музеи.
19. Экспозиционно – выставочная деятельность.
20. Авторские экспозиции.
21. Анализ социокультурной среды региона и определение целевой аудитории
22. Архитектурно - художественные функции построения экспозиции.
23. Аудио-фоно-визуальные средства.
24. Визуализация артефактов и арт-объектов
25. Визуальный характер экспонирования. Экспонируемые арт-объекты как знаки. Язык экспозиции.
26. Витрины, стенды, планшеты и т. Д.
27. Галерея как институция.
28. Интернет как средство коммуникации музея или галереи.
29. Коммуникационная поддержка галереи.
30. Мультимедийность галерейного пространства и выставок как конкурентоспособность.
31. Организация научно-исследовательской работы в музее.

32. Основные типы выставок.
33. Основные типы экспозиции.
34. Передвижные музеи.
35. Подготовка выставки. Концепция выставки.
36. Понятие «фонды музея». Научная организация фондов. Научно-фондовая работа.
37. Понятие среды арт-объекта.
38. Понятие экспозиции. Экспозиция как особая, среда.
39. Предварительный мониторинг проекта. Практическая реализуемость
40. Принципы проектирования экспозиции.
41. Противопожарное и охранное оборудование.
42. Протокол работы экскурсовода.
43. Работа с критиками, СМИ и коллекционерами. Работа с посетителями.
44. Разработка архитектоники экспозиции. Визуальная среда экспозиции. Подготовка экспонатов.
45. Сайт как информационное и социокультурное пространство.
46. Способы экспонирования. Принципы проектирования экспозиции.
47. Стратегия деятельности галереи в современной России.
48. Сценарий открытия и проведения выставки.
49. Технология проектирования экспозиции.
50. Экспозиция как особая коммуникационная система.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Визуальный объект массового восприятия и его свойства.
2. Искусство как средство коммуникации между стратами и как средство восходящей социальной мобильности.
3. Музейная и галерейная коммуникация.
4. Основные понятия музейной экспозиции.
5. Концепции деятельности музея, галереи, выставочного зала.
6. Принципы классификации музеев и галерей. Статус музея и организация его деятельности.
7. Современные тенденции развития музеев, галерей и выставочных локаций.
8. Социокультурная и художественная среда музея, галереи, экспоцентра.
9. Социокультурные функции музея, галереи, выставочного зала.
10. Спонсирование художественных проектов как рекламная и ПР- технология. Использование образов, мотивов, сюжетов «высокой культуры» - широкое распространение копий, сувениров, туризм к центрам мировой культуры, стилизация и эстетизация новых товаров, рекламы и т.д.
11. Стационарные и передвижные выставки.
12. Типология галерей.
13. Типология музеев.

14. Типы и виды музейных выставок.
15. Взаимодействие художника и зрителя.
16. Художественная среда
17. Частные галереи.
18. Частные музеи.
19. Экспозиционно – выставочная деятельность.

**Вопросы к экзамену по дисциплине (7 и 8 семестр)
7 семестр**

1. Актуальность коллекционирования в современной России: региональная специфика.
2. Визуальный объект массового восприятия и его свойства.
3. Искусство как социально значимое знание. Музеи и галереи как учреждения культуры, транслирующие социокультурный опыт сообщества (в рамках морфологической модели культуры).
4. Искусство как средство коммуникации между стратами и как средство восходящей социальной мобильности.
5. Международная экспозиционно - выставочная деятельность.
6. Музейная и галерейная коммуникация.
7. Организация выставок, акций, перформансов, проектов, ярмарок как поиск и разработка собственной проблемы и траектории движения.
8. Основные понятия музейной экспозиции.
9. Понятие о концепции деятельности музея, галереи, выставочного зала.
10. Престижное потребление и приобретение предметов искусства элитой.
11. Престижность финансовых расходов на искусство.
12. Принципы классификации музеев и галерей. Статус музея и организация его деятельности.
13. Российские особенности экспонирования предметов искусства (запасники музеев).
14. Современные тенденции развития музеев, галерей и выставочных локаций.
15. Социокультурная и художественная среда.
16. Социокультурные функции музея, галереи, выставочного зала.
17. Спонсирование художественных проектов как рекламная и ПР- технология. Использование образов, мотивов, сюжетов «высокой культуры» - широкое распространение копий, сувениров, туризм к центрам мировой культуры, стилизация и эстетизация новых товаров, рекламы и т.д.
18. Стационарные и передвижные выставки.
19. Типология галерей.
20. Типология музеев.
21. Типы и виды музейных выставок.
22. Формирование круга производителей художественных ценностей, критиков, потребителей, зрителей. Взаимодействие художника и зрителя.
23. Художественная среда как круг взаимодействия людей и организаций, специализирующихся в сфере изобразительного искусства (включая музеи, выставочные залы, салоны, галереи и т.д.).
24. Частные галереи.
25. Частные музеи.
26. Экспозиционно – выставочная деятельность.

8 семестр

1. Авторские экспозиции.
2. Анализ социокультурной среды региона и определение целевой аудитории
3. Архитектурно - художественные функции построения экспозиции.
4. Аудио-фоно-визуальные средства.
5. Визуализация артефактов и арт-объектов
6. Визуальный характер экспонирования. Экспонируемые арт-объекты как знаки. Язык экспозиции.
7. Витрины, стенды, планшеты и т. Д.
8. Выставочная деятельность, как основной род деятельности галереи. Проблема оценки критериев качества, предлагаемого современной галереями.
9. Галерея как институция.
10. Долговременный и краткосрочный проект.
11. Драматический метод экспонирования.
12. Изучение музейных арт-объектов. Комплектование фондов музея. Учет музейных фондов. Хранение музейных фондов.
13. Интернет как средство коммуникации.
14. Команда единомышленников как ресурс. Фонды: контакты, способы и формы взаимодействия. Формы продвижения проекта в Интернете.
15. Коммуникационная поддержка галереи.
16. Маршрут экспозиции. Указатели.
17. Музей как научно-исследовательское учреждение. Основные направления и виды научно-исследовательской работы в художественных музеях.
18. Музейная экскурсия. Основные требования к экскурсии.
19. Мультимедийность галерейного пространства и выставок как конкурентоспособность.
20. Организация научно-исследовательской работы в музее.
21. Осветительная аппаратура.
22. Основные типы выставок.
23. Основные типы экспозиции.
24. Передвижные музеи.
25. Подготовка выставки. Концепция выставки.
26. Понятие «фонды музея». Научная организация фондов. Научно-фондовая работа.
27. Понятие среды арт-объекта.
28. Понятие экспозиции. Экспозиция как особая, среда.
29. Предварительный мониторинг проекта. Практическая реализуемость
30. Принципы проектирования экспозиции.
31. Протокол работы экскурсовода.
32. Работа с критиками, СМИ и коллекционерами. Работа с посетителями.
33. Разработка архитектоники экспозиции. Визуальная среда экспозиции. Подготовка экспонатов.
34. Сайт как информационное и социокультурное пространство.
35. Собираемость как один из наиболее важных моментов в деятельности

	<p>36. Способы экспонирования. Принципы проектирования экспозиции.</p> <p>37. Стратегия деятельности галереи в современной России.</p> <p>38. Сценарий открытия и проведения выставки.</p> <p>39. Техническое оснащение галереи.</p> <p>40. Технология проектирования экспозиции.</p> <p>41. Традиционная экспозиция как коллекция.</p> <p>42. Формы культурно - образовательной деятельности.</p> <p>43. Экспозиционная деятельность галереи. Цели экспозиционной деятельности галереи.</p> <p>44. Экспозиция как особая коммуникационная система.</p>
<p>Б1.В.ОД. 16 Теория и практика связей с общественностью</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Устный опрос • Тестовые задания • Подготовка эссе, рефератов, презентаций. <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестров по дисциплине проходит в форме экзаменов в 7 и 8 семестрах.</p> <p>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Паблик рилейшнз как самостоятельный вид профессиональной деятельности появилось: а) в XIX веке в США; б) в 1861 г. в Великобритании; в) в 30 – е годы XX века в США; г) в XX в странах Западной Европы. 2. Выделите из списка те направления, которые входят в сферу профессиональной деятельности PR-специалиста: а) идеологическая работа; б) общественное мнение; в) общественное питание 3. Выделите из списка те направления, которые не входят в сферу профессиональной деятельности PR-специалиста: а) правительственные связи; б) международные связи; в) правотворчество и законодательная инициатива 4. Укажите, чем PR-специалисты действительно занимаются на работе: а) написание и редактирование; б) сбор компромата на конкурентов; в) размещение рекламы 5. Укажите, чем PR-специалисты действительно занимаются на работе: а) консультирование руководства компании; в) управление и администрирование; г) выезды на чрезвычайные происшествия 6. Среди функций специалиста по связям с общественностью принято выделять группы: а) работы с покупателями; б) сбора и анализа информации; в) лоббирования 7. Среди функций специалиста по связям с общественностью принято выделять: а) работа с поставщиками; б) распространение информации; в) контроль выполнения решений 8. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) исследовательские; б) социальные; в) экономические; г) политические; д) культурные 9. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) социальные; б) культурные; в) организаторские; г) экономические; д) политические 10. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) социальные; б) экономические; в) политические; г) культурные д) планирующие

11. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) политические; б) культурные ; в) социальные; г) экономические; д) экспертные
12. Какие функции не входят в перечень функций специалиста по связям с общественностью: а) исследовательские; б) социальные; в) юридические; г) экономические; д) планирующие; е) экспертные; ж) политические; з) культурные
13. Выделите функции специалиста по связям с общественностью по месту в системе общественных отношений: а) исследовательские; б) социальные; в) организаторские; г) экономические; д) планирующие; е) экспертные; ж) политические; з) культурные
14. Что не входит в сферу применения PR: а) политический PR; б) правовой PR; в) государственный PR; г) социальный PR.
15. В сферу применения PR входят: а) политический PR; б) правовой PR; в) коммерческий PR; г) культурный PR
16. Что не входит в сферу применения PR: а) политический PR; б) коммерческий PR; в) государственный PR; г) социальный PR
17. Среди субъектов PR выделяются: а) базисные; б) надстроечные; в) технологические; г) стратегические.
18. К субъектам PR не относятся: а) PR-агентства; б) рекламные агентства; в) отделы по связям с общественностью; г) специалисты по связям с общественностью.
19. Объектами PR-деятельности являются: а) средства массовой информации; б) все граждане страны; в) общественное мнение; г) государственная власть
20. В функции PR входит: а) контроль общественного мнения; б) формирование правосознания граждан страны; в) цензура средств массовой информации; д) верны все ответы
21. В функции PR входит: а) формирование правосознания граждан страны; в) контроль средств массовой информации; г) обучение персонала организации; д) верны все ответы
22. В функции PR входит: а) контроль общественного сознания; б) формирование правосознания граждан страны; в) менеджмент организации; д) верны все ответы;
23. К средствам PR относятся: а) средства массовой информации; б) PR службы предприятия; в) совокупность информационных технологий.
24. Результат PR как деятельности называют обычно: а) капитал; б) символический капитал; в) паблицитный капитал; г) виртуальный капитал
25. К видам коммуникационной деятельности не относятся: а) маркетинг; б) пропаганда; в) паблик рилейшнз; г) предвыборная агитация; д) промоушн
26. К видам коммуникационной деятельности относятся: а) маркетинг; б) менеджмент; в) политические дебаты; г) предвыборная агитация; д) реклама
27. К видам коммуникационной деятельности не относятся: а) маркетинг; б) пропаганда; в) паблик рилейшнз; г) политические дебаты
28. Паблик рилейшнз и пропаганда отличаются друг от друга: а) шириной охвата аудитории; б) информационными средствами; в) целями и функциями; г) степенью правдивости информации
29. Паблик рилейшнз и реклама имеют сходство: а) по целям; б) по объекту воздействия; в) по средствам воздействия на аудиторию; г) по характеру коммуникативной деятельности.
30. Паблик рилейшнз и маркетинг имеют различия по: а) целевым аудиториям; б) целям и задачам; в) характеру коммуникативной деятельности; г) все ответы верны
31. Паблик рилейшнз и маркетинг имеют различия по: а) целевым аудиториям; б) средствам воздействия; в) широте охвата аудитории; г) все ответы верны.
32. Понятие общественности в теории PR определяется по признакам: а) общности экономической жизни; б) общности языка и культуры; в) публичности функционирования; г) государственности.
33. Общественность, вовлеченную в PR-деятельность, называют: а) широкой общественностью; б) целевой

общественностью; в) специализированной общественностью.

34. В состав внутренней общественности входят: а) работающий по найму персонал и менеджеры предприятия; б) профсоюзы и иные общественные объединения; в) учредители и акционеры предприятия; г) верны все ответы; е) неверны все ответы.
35. Внешняя общественность представляет собой: а) группы людей, входящих в организационную структуру предприятия; б) людей, непосредственно связанных с предприятием; в) всех жителей данной страны.
36. В теории и практике PR группы общественности выделяются по принципу: а) профессиональному; в) психографическому; г) социальному; д) политическому; е) верны все ответы
37. В теории и практике PR группы общественности выделяются по принципу: а) демографическому; б) профессиональному; в) социальному; д) культурному
38. В теории и практике PR группы общественности выделяются по принципу: а) политическому; б) профессиональному; в) социальному; г) географическому; д) верны все ответы
39. При классификации групп общественности группы скрытой власти, членства и лидерства выделяются по принципу: а) социального взаимодействия; б) ситуативного подхода; в) социального влияния.
40. Разбейте на пары следующие группы общественности: а) целевые, б) активные, в) отрицательные, г) пассивные, д) приоритетные, е) положительные
41. Группы общественности могут быть: а) целевые и приоритетные; б) формализованные и неформальные; в) по интересам
42. Группы общественности могут быть: а) профессиональные; б) активные и пассивные; в) детские и взрослые
43. Группы общественности бывают: а) формализованные и неформальные; б) профессиональные; в) отрицательные и положительные
44. Понятие общественного мнения применяется в ряде смежных с теорией о связях с общественностью научных дисциплин: а) экономическая теория; б) социология; в) история
45. Понятие общественного мнения применяется в ряде смежных с теорией о связях с общественностью научных дисциплин: а) экономическая теория; б) политология; в) социальная психология; г) история
46. События, процессы и явления, включенные в содержание общественного мнения, являются: а) субъектом общественного мнения, б) объектом общественного мнения; в) предметом общественного мнения.
47. Социальные группы являются: а) субъектом общественного мнения, б) объектом общественного мнения; в) предметом общественного мнения.
48. Одним из наиболее распространенных типов PR-исследований является: а) контент-анализ; б) социологическое исследование в) эконометрическое моделирование.
49. Одним из наиболее распространенных типов PR-исследований является: а) коммуникационный аудит; б) математическое моделирование; в) SWOT-анализ.
50. Одним из наиболее распространенных типов PR-исследований является: а) психологическое тестирование; б) контент-анализ; в) неформальные исследования.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Приведите и проанализируйте известные вам определения СО. Какое из них вам кажется наиболее верным и почему.
2. Охарактеризуйте основные функции СО в области маркетинга, менеджмента, государственной службы.
3. Раскройте значение СО в социально-экономической, политической и духовной жизни современной России.
4. Назовите и прокомментируйте основные принципы связей с общественностью.
5. Известны ли Вам примеры успешного применения методов и приемов СО в отечественных государственных или

- коммерческих структурах? Опишите и прокомментируйте их.
6. Прокомментируйте с точки зрения СО действия отдельных кандидатов в депутаты, политических сил и политических лидеров в период избирательной кампании.
 7. Назовите и прокомментируйте принципы СО, выработанные в США в XVIII - XIX вв.
 8. На каком основании США считается родиной СО? Дайте свое толкование этому утверждению, используя примеры из современной политики, экономики и предпринимательства.
 9. Дайте характеристику различных этапов СО в политике, социально-экономической сфере в СССР и России с послевоенного времени и до наших дней.
 10. Расскажите о первых российских СО-фирмах и первых профессионалах в области СО в России..
 11. Как развивается СО-деятельность в вашем городе.
 12. Дайте определение понятию «коммуникация».
 13. Что подразумевается под понятием «моделирование социальных систем»?
 14. Перечислите и проанализируйте составляющие модели коммуникации.
 15. Проанализируйте модель коммуникации на примере рекламного агентства.
 16. Назовите основные свойства речи.
 17. Назовите известных ораторов древности. Кого из современных политических лидеров можно причислить к искусным ораторам?
 18. Перечислите основные цели публичных выступлений.
 19. В чем разница между процессом внушения и процессом убеждения?
 20. Дайте определение невербальным коммуникациям.
 21. В чем особенность невербальных коммуникаций?
 22. Что означает конгруэнтность невербальных сигналов?
 23. Чем обусловлены размеры личной пространственной зоны?
 24. Раскройте значение основных жестов рук, ног, головы.
 25. В чем практическое значение невербальных коммуникаций?
 26. Охарактеризуйте значимость диалога в процессе СО.
 27. Раскройте значение личностно-ориентированного и социально-ориентированного диалога.
 28. Назовите классы диалогов.
 29. Перечислите основные условия диалогического общения.
 30. Назовите и прокомментируйте основные виды диалогов.
 31. Назовите основные правила подготовки и произнесения интервью.
 32. Что предполагает подготовка интервью?
 33. Что обусловило возникновение массовых коммуникаций?
 34. Дайте краткую историческую справку о появлении первых газет и журналов в России и за рубежом.
 35. Как можно классифицировать прессу?
 36. Что такое новость? Приведите пример.
 37. Какие функции выполняет СО-специалист?
 38. Назовите различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.
 39. Что такое «кейс-история», «пресс-релиз», «обзорная статья», «интервью», «брифинг», «бэкграундер», «видеоиньюз-релиз», «видеопресс-релиз», «дайджест», «медиа-кит» (пресс-кит), «ньюзмейкер», «пресс-тур», «факт-лист»?
 40. Почему отдается большое значение отношениям с потребителями?
 41. Как должна вести себя компания в отношениях с потребителями?
 42. Какие цели отношений с потребителями Вы знаете? Прокомментируйте каждую из них.

43. Какие СО-средства используются для продвижения товаров и услуг?
44. Почему информация для медиа необходимо предоставить раньше, чем начнет выходить реклама?
45. Какие правила необходимо учитывать при обеспечении и поддержке запуска нового товара?
46. Как необходимо работать с претензиями потребителей? Что подразумевается под "горизонтальными" и "вертикальными" коммуникациями в организации?
47. Что способствует росту доверия сотрудников к организации?
48. Что входит в понятие "человеческий ресурс"?
49. Охарактеризуйте американскую модель организации.
50. Охарактеризуйте японскую модель организации.
51. Что такое делегирование полномочий?
52. Что подразумевается под средствами внутриорганизационных коммуникаций? Приведите примеры.
53. Что такое бизнес-ритуалы?
54. Дайте определение понятию "имидж", назовите свойства имиджа
55. Какими типичными признаками сопровождаются кризисы?
56. Какие приемы можно использовать для презентации нового издания?
57. Кого из известных людей лучше всего привлечь к мероприятию?
58. Какие государственные и деловые структуры могут участвовать в презентации?
59. Какие общественно важные проблемы связаны с новым изданием?
60. Какие материалы предназначены для непосредственной публикации в СМИ?
61. Как избежать острых конфликтов в ходе обмена информацией?
62. Как найти оптимальный режим всех этих согласований?
63. Что представляет собой фасилитация?
64. Что должен знать и уметь фасилитатор?
65. Какие этапы должны пройти в процессе подготовки и проведения пресс-конференции?
66. Какие мероприятия проводятся в рамках пресс-тура?
67. Как обычно называются PR-службы в органах государственной власти?
68. Приведите пример успешной PR-компании для одной из госструктур.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Поле деятельности специалиста по PR в современной России.
2. Основные сферы применения PR.
3. Исторические формы коммуникации.
4. Функции PR.
5. Теория коммуникаций о распространении информации в человеческой среде.
6. Коммуникативная модель PR-технологий.
7. Использование элементарных операций в PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
8. Подготовка и произнесение речи.
9. Подготовка и выступления на радио и телевидении.
10. Пресс-конференция. Технология подготовки и проведения.
11. Пресс-релиз. Правила написания и распространения.
12. Особенности основных форм подачи новостных материалов.
13. Особенности профессии «спин-доктор».
14. Способы создания и усиления новости.

15. Слухи, особенности их распространения и борьба с ними.
16. Анализ исторически состоявшегося событийного ряда.
17. Создание событийно-новостного ряда.
18. Корпоративная философия и история фирмы.
19. Корпоративная идеология.
20. Конструирование персонального имиджа.
21. Сравнительный анализ имиджей известных политиков, бизнесменов, популярных людей и др.
22. Анализ случаев использования потребностных мифологий в современном коммуникативном пространстве.
23. Использование мифологических аргументаций в современном коммуникативном пространстве.
24. Бизнес-ритуалы в жизнедеятельности организации.
25. Политические перформансы.
26. Кризисы в современном обществе и способы борьбы с ними.
27. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
28. Управление информацией в кризисных условиях.
29. Служба PR в организации: функции, структура, направления деятельности.
30. PR-кампания и ее составляющие.
31. Программный подход к PR-деятельности.
32. Различные способы оценки PR-деятельности.
33. Сертификация PR-деятельности.
34. Рефлексия в деятельности модератора.
35. Медиация при решении управленческих проблем.
36. Регламентированная медиация.
37. Фасилитация больших собраний: подготовка и проведение.
38. Фасилитация с экспертными группами: принципы, процесс, результат.
39. Использование фасилитации для повышения эффективности предприятий.
40. Позиционирование в PR.
41. Использование психографической сегментации в PR.
42. Миф — средство объяснения настоящего.
43. Современные подходы к изучению мифа. Мифо-дизайн.
44. Типология мифа: элементы мифологического сюжетосложения.
45. Роль мифов в массовой культуре.
46. Возникновение и развитие мифодизайна.
47. Коммуникативно-предметное поле как инструмент мифодизайна, используемый в PR.
48. Использование основ прагматики в PR.
49. Семиотика (семиология): возникновение и значение для PR.
50. Основные выводы теории аргументации, значимые для PR.
51. Герменевтика — искусство понимания и истолкования.
52. Техники НЛП, используемые в PR.
53. Психоанализ и его значение для PR.
54. Пропагандистский анализ.
55. Сферы PR-деятельности в коммуникативном пространстве: государственные PR.
56. Сферы PR-деятельности в коммуникативном пространстве: политические PR (избирательные кампании).
57. Лидер как знаковый объект.

58. «Брошенное поколение» и «русская идея» в книге В. Пелевина «Generation П».
59. Особенности построения предвыборной кампании.
60. Грязные политтехнологии в книге В. Пелевина «Generation П».
61. Особенности PR-деятельности в области шоу-бизнеса.
62. Информационные войны.
63. Лоббирование как инструмент PR.

Промежуточный контроль

Вопросы к экзамену по дисциплине в 7 семестре

1. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью».
2. Принципы и основные функции связей с общественностью.
3. Сферы применения технологий по связям с общественностью.
4. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью.
5. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.
6. История развития связей с общественностью как социального феномена.
7. Значение и формы связей с общественностью в разные исторические эпохи.
8. Этапы институционализации связей с общественностью.
9. Роль и место связей с общественностью в современном обществе.
10. Социальные признаки принадлежности к общественности.
11. Понятия широкой и целевой общественности.
12. Структура общественности.
13. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния.
14. Категория «общественное мнение» в контексте PR.
15. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля.
16. Явные и латентные функции общественного мнения
17. Исследования: виды и роль в СО.
18. Информационный аудит и составление медиапортрета.
19. Измерение эффективности СО-деятельности.
20. Коммуникативная модель PR-технологий.
21. Коммуникация и распространение информации в обществе.
22. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
23. Вербальные коммуникации в СО.
24. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью.
25. Невербальные коммуникации в СО.
26. Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование.
27. Брендинг и PR: от торгового знака к зонтичному бренду.
28. Миф как феномен культуры и инструмент СО.

Вопросы к экзамену по дисциплине в 8 семестре

1. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью».
2. Принципы и основные функции связей с общественностью.

3. Сферы применения технологий по связям с общественностью.
4. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью.
5. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.
6. История развития связей с общественностью как социального феномена.
7. Значение и формы связей с общественностью в разные исторические эпохи.
8. Этапы институционализации связей с общественностью.
9. Роль и место связей с общественностью в современном обществе.
10. Социальные признаки принадлежности к общественности.
11. Понятия широкой и целевой общественности.
12. Структура общественности.
13. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния.
14. Категория «общественное мнение» в контексте PR.
15. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля.
16. Явные и латентные функции общественного мнения
17. Социологический анализ: выборка, программные требования, типы и виды выборок, методы сбора информации, социологическое наблюдение, анализ документов, опросы, повторный (мониторинговый, сравнительный) анализ.
18. Медиаметрический анализ. Обработка данных исследования.
19. Информационный аудит и составление медиапортрета.
20. Измерение эффективности СО-деятельности.
21. Коммуникативная модель PR-технологий.
22. Коммуникация и распространение информации в обществе.
23. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
24. Вербальные коммуникации в СО.
25. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью.
26. Невербальные коммуникации в СО.
27. Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование.
28. Брендинг и PR: от торгового знака к зонтичному бренду.
29. Миф как феномен культуры и инструмент СО.
30. Управление средствами массовой информации и информацией.
31. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ.
32. Этапы, логика механизмы управления информацией.
33. Приемы создания и усиления новостей. Основной и дополнительный «вес» новости.
34. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации.
35. Слухи, их особенности и факторы распространения.
36. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
37. Имиджевые корпоративные документы.
38. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете.
39. Служебные PR-документы.
40. Виды рабочих мероприятий.
41. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
42. Целевые мероприятия по привлечению средств.
43. Основные организационные структуры в связях с общественностью.

	<p>44. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов».</p> <p>45. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах.</p> <p>46. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.</p> <p>47. Связи с общественностью в государственных структурах.</p> <p>48. Пресс-клиппинг как PR - технология.</p> <p>49. Роль связей с общественностью в некоммерческом секторе.</p> <p>50. Особенности взаимодействия некоммерческих организаций со СМИ.</p> <p>51. Публичный характер деятельности общественных объединений.</p> <p>52. Добровольческий труд и волонтерство в некоммерческих организациях.</p>
<p>Б1.В. ОД. 17 Менеджмент рекламы и визуальных коммуникаций</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос • тестовые задания • подготовка эссе, рефератов, презентаций <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 7 семестре.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Примеры тестовых заданий – тестовые задания не предусмотрены</p> <p>1.К иллюстрационным видеоматериалам на телевидении можно отнести:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) хронику и фрагменты документальных и художественных фильмов 2) фотографии и документы 3) хронику, фрагменты фильмов, документы, фотографии; <p>2.Особенности рекреативной функции современного телевидения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) поддерживает нормальное функционирование общества 2) приобщает человека к культуре 3) отдых, расслабление, восстановление сил 4) телевидение само становится инициатором той или иной общественной акции;

3.Рекламный менеджмент-это:

а) комплекс принципов и методов организации, планирования, мотивации, контроля и информационного обеспечения рекламной деятельности; 7

б) комплекс принципов и методов планирования, организации, мотивации, контроля и информационного обеспечения маркетинговой и рекламной деятельности;

в) комплекс принципов и методов организации, планирования, мотивации, контроля и информационного обеспечения деятельности предприятия;

4.Основные составляющие рекламной стратегии следующие:

а) целевая аудитория;

б) предмет рекламы, концепция товара;

в) разработка каналов рекламных коммуникаций;

г) рекламное обращение;

5.Какие отделы возможно отнести к функциональным подразделениям рекламного агентства?

а) отдел исполнения заказов;

б) творческий отдел;

в) производственный отдел;

г) отдел маркетинга;

д) финансово- хозяйственный отдел;

6.Укажите основные элементы процесса контроля рекламной деятельности:

а) измерении фактически достигнутых результатов;

б) снижение ассигнований на второстепенные области деятельности;

в) разработка корректирующих мероприятий;

г) установление стандартов;

д) анализ сложившейся ситуации;

7. Среди наиболее известных и часто проводимых процедур посттестирования, можно назвать следующие:

а) отзыв с помощью;

б) отзыв без помощи;

в) метод Старча;

г) метод «тайников»;

д) метод Гелапа-Робинсона;

е) метод Бургенсфера

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Жанры телепередач и тележурналистики;

2. Индустрия ТВ;

3. Классификация визуальных коммуникаций в СМК;

4. Основные методы обработки и подготовки информации на телевидении;

5. Особенности фотографической информации;

6. Переход от средств массовой информации (СМИ) к средствам массовой коммуникации (СМК);

7. Фотоиллюстрация в современной прессе;

8. Субъекты рекламного рынка;

9. Классификация коммуникационных агентств;

10. Коммуникационные агентства и рекламные подразделения: структура и функции;

11. Модели управления коммуникационным агентством;

12. Типология коммуникационных кампаний;

13. Рекламные кампании: их цели и задачи, виды;

14. Функциональные и организационно-управленческие особенности коммуникационных кампаний различных видов (политических, социальных, финансовых, коммерческих и т.д.);
15. Модели построения рекламной кампании;
16. Социологическое обеспечение коммуникационных кампаний;
17. Разработка концепции презентации товара с учетом его позиционирования на рынке;
18. Разработка рекламных стратегий и тактики;
19. Выбор целевых аудиторий;
20. Выбор каналов распространения рекламы;
21. Рекламные посредники;
22. Маркетинговые исследования»;
23. Анкетирование в коммуникационных исследования;
24. Интервью в коммуникационных исследованиях;
25. Социологические опросы в коммуникационных исследованиях;
26. Лабораторные, кабинетные и полевые исследования;
27. Модели ценообразования и ценовых стратегий в рекламе;
28. Ценовая политика в рекламе.
29. Современные средства Интернет-коммуникации;
30. Социальные сети в Интернете;
31. Средства массовой коммуникации в формате Web 2.0: блогосфера;
32. SMO-продвижение визуальных коммуникативных продуктов;
33. SMM-продвижение визуальных коммуникативных продуктов;
34. Агрегаторы RSS-новостей;
35. Подкастинг;

36. Видео в Интернете;
37. Реклама, маркетинг и PR в Интернете;
38. Продвижение. SEO-оптимизация

Тематика эссе и рефератов

1. Аналитические передачи;
2. Виды Интернет-рекламы;
3. Виды Интернет-сайтов;
4. Визуальный материал в ежедневных газетах, еженедельниках и журналах, его роль и функции;
5. Выбор темы телепередачи; создание сценарной заявки;
6. Жанры телепередач и тележурналистики;
7. Изменение системы ценностей в цивилизационном процессе перехода к информационному обществу;
8. Иллюстрирование тематических разделов, рубрик;
9. Интерактивная журналистика на ТВ;
11. Интернет-СМИ
12. Инфотайминг;
13. История Интернет;
14. Источники фотоинформации;
15. Классификация СМИ и СМК;
16. Коммерческий сайт,
17. Коммуникативная архитектура Интернет;
18. Коммуникативные ресурсы Интернет;
19. Место телевидения в современном обществе;
20. Новостные передачи;

21. Новые коммуникативные технологии;
22. Основания классификации визуальных коммуникаций в СМК;
23. Основная и визуализированная информация;
24. Основные параметры архитектуры сайта;
25. Особенности развития Интернет-рекламы в России и за рубежом;
26. Отличительные черты фотоинформации в Интернет-изданиях и ТВ;
27. Политические сайты;
28. Принципы построения телевизионной передачи;
29. Профессии журналиста и редактора в эпоху информационного общества;
30. Процесс трансформации СМИ в СМК;
31. Публикация художественной, научной, прикладной, рекламной фотографии в прессе;
32. Различие между информированием и коммуницированием;
33. Размещение фотопубликаций различных жанров;
34. Реалити-шоу;
35. Рекламные телеспоты;
36. Сайты масс-медиа;
37. Свойства системы массовых коммуникаций;
38. Современное интерактивное ТВ;
39. Составление сценарного плана и сценария;
40. Специальный репортаж;
41. Стереотипное и новое в иллюстрировании периодических изданий;
42. Теория и практика обратных связей в интерактивных коммуникациях;
43. Типы и виды СМК;

44. Ток-шоу;
45. Формы визуальной репрезентации в СМК;
46. Формы подачи изобразительного материала;
47. Фотоподборки;
48. Характеристика информационного общества;
49. Эволюция визуальных репрезентаций в СМК;
50. Эффективность Интернет-рекламы.
51. Виды контроля в рекламной деятельности;
52. Виды ценовой политики на рекламные услуги;
53. Коммуникативная и экономическая эффективности рекламных кампаний;
54. Методология и методики анализа коммуникативной эффективности рекламных кампаний;
55. Консалтинговые услуги в рекламе;
56. Концепция товара;
57. Личные продажи рекламных услуг;
58. Медиабайеры;
59. Медиаселлеры;
60. Методики расчета рекламного бюджета;
61. Методология и методика разработки рекламного бюджета;
62. Методология и методики анализа экономической эффективности рекламных кампаний;
63. Модели внутренних коммуникаций в системе управления рекламной деятельностью;
64. Модели и стили культуры управления;
65. Модели корпоративной культуры;
66. Модели построения рекламной кампании;

67. Модели управления рекламным агентством;
68. Обработка и анализ маркетинговой информации;
69. Организация сбыта рекламных услуг медиабаинговых и медиаселлинговых агентств;
70. Основные этапы проведения маркетинговых исследований;
71. План рекламной кампании;
72. Потребители рекламы товаров и услуг потребительского назначения;
73. Потребители рекламы товаров и услуг производственного назначения;
74. Продвижение рекламных услуг с помощью выставочной деятельности;
75. Фестиваль «Каннские львы» как форма продвижения рекламных агентств;
76. Развитие рынка рекламных услуг;
77. Реклама рекламы;
78. Рекламные агентства: структура и функции;
79. Рекламные услуги;
80. Сбор маркетинговой информации;
81. Система сбыта рекламных услуг на российском рынке;
82. Специализация агентств на рекламном рынке;
83. Стимулирование сбыта продукции и услуг рекламных агентств;
84. Стратегия и тактика рекламной кампании;
85. Субъекты рекламного рынка;
86. Технологии контроля в рекламной деятельности;
87. Типология рекламных кампаний;
88. Цели, задачи и виды рекламных кампаний;
89. Ценообразование при размещении рекламной продукции на различных медиаканалах;

90. Цены на услуги рекламных посредников (рекламных агентств, медиабайеров и медиаселлеров);
91. Эволюция социальных сетей в Интернете;
92. Современные социальные сети;
93. Типы социальных сетей;
94. Визуальные коммуникации и визуальный контент в социальных сетях;
95. Продвижение СМИ в социальных сетях;
96. Типы визуального контента СМИ для социальных сетей;
97. Продвижение кинопродукции в социальных сетях;
98. Критерии и показатели эффективности работы социальной сети;
99. Модели SEO-оптимизации;
100. SocialMediaOptimization (SMO);
101. SocialMediaMarketing (SMM).

Тематика презентаций

1. Основания классификации визуальных коммуникаций в СМК;
2. Формы визуальной репрезентации в СМК;
3. Информационное общество;
4. Телевидение в современном обществе;
5. Жанры тележурналистики;
6. Рекламные телешоты;
7. Сайты масс-медиа в Интернет;
8. Интернет – СМИ;
9. Интернет-реклама в России и за рубежом;
10. Баннерная реклама в Интернете;

11. Субъекты рекламного рынка;
12. Рекламные агентства: структура и функции;
13. Модели управления рекламным агентством;
14. Концепция товара;
15. Стратегия и тактика рекламной кампании;
16. План рекламной кампании;
17. Бюджетирование рекламы;
18. Методология и методика разработки рекламного бюджета;
19. Методики расчета рекламного бюджета;
20. Коммуникативная и экономическая эффективности рекламных кампаний;
21. Методология и методики анализа коммуникативной эффективности рекламных кампаний;
22. Методология и методики анализа экономической эффективности рекламных кампаний;
23. Медиабайеры;
24. Медиаселлеры;
25. Потребители рекламы товаров и услуг производственного назначения;
26. Потребители рекламы товаров и услуг потребительского назначения;
27. Основные этапы проведения маркетинговых исследований;
28. Сбор маркетинговой информации;
29. Обработка и анализ маркетинговой информации;
30. Развитие рынка рекламных услуг;
31. Специализация агентств на рекламном рынке;
32. Виды ценовой политики на рекламные услуги;
33. Консалтинговые услуги в рекламе;

34. Ценообразование при размещении рекламной продукции на различных медиаканалах;
35. Цены на услуги рекламных посредников (рекламных агентств, медиабайеров и медиаселлеров);
36. Рекламные услуги;
37. Система сбыта рекламных услуг на российском рынке;
38. Организация сбыта рекламных услуг медиабанков и медиаселлинговых агентств;
39. Эволюция социальных сетей в Интернете;
40. Современные социальные сети;
41. Типы социальных сетей;
42. Визуальные коммуникации и визуальный контент в социальных сетях;
43. Продвижение СМИ в социальных сетях;
44. Типы визуального контента СМИ для социальных сетей;
45. Продвижение кинопродукции в социальных сетях;
46. Критерии и показатели эффективности работы социальной сети;
47. Модели SEO-оптимизации;
48. SocialMediaOptimization (SMO);
49. SocialMediaMarketing» (SMM)

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине (7 семестр)

1. Визуальные материалы в телевизионных передачах.
2. Визуальные ресурсы Интернета.
3. Группы ресурсов фотоиллюстрирования.
4. Интернет-СМИ.
5. Использование фотографий в Интернете.

6. Основное выразительное средство телевидения.
7. Основные тенденции развития телевидения и тележурналистики.
8. Основные функции фотографии в прессе.
9. Реклама в Интернете.
10. Реклама на телевидении.
11. СМИ и Интернет. Сайты масс-медиа.
12. Субъекты рекламной деятельности, их характеристика и функции.
13. Рекламный менеджмент и его функции.
14. Особенности организации рекламной деятельности рекламодателем. Классификация рекламодателей.
15. Внутрифирменное рекламное агентство: преимущества и недостатки.
16. Функции коммуникационного агентства. Сильные и слабые стороны коммуникационных агентств.
17. Типы коммуникационных агентств.
18. Структура коммуникационного агентства. Виды работ, выполняемые коммуникационным агентством.
19. Схема управления коммуникационным агентством.
20. Параметры оценки коммуникационного агентства.
21. Типология коммуникационных кампаний.
22. Особенности коммуникационных кампаний различных видов (политических, коммерческих, социальных).
23. Факторы, влияющие на размер коммуникационного бюджета.
24. Методы формирования коммуникационного бюджета.
25. Объекты контроля в сфере рекламной деятельности. Внешний и внутренний контроль.
26. Особенности планирования и организации контроля в рекламном агентстве.
27. Экономическая эффективность визуальной коммуникационной кампании.
28. Коммуникативная эффективность визуальной коммуникационной кампании.

- | | |
|--|--|
| | <p>29. Рекламный рынок и его место в современной экономике: общая характеристика современного рекламного рынка;</p> <p>30. Субъекты рекламного рынка;</p> <p>31. Средства распространения визуальных коммуникационных продуктов - медиаканалы;</p> <p>32. Особенности взаимодействия основных субъектов на рынке рекламы;</p> <p>33. Государство во взаимоотношениях с другими субъектами коммуникационного рынка;</p> <p>34. Рекламная продукция;</p> <p>35. Рекламные услуги;</p> <p>36. Разработка цен на услуги по организации рекламной деятельности;</p> <p>37. Формирование цен на рекламную продукцию и его особенности;</p> <p>38. Ценообразование при размещении рекламной продукции на различных медиаканалах;</p> <p>39. Особенности системы сбыта на рекламном рынке;</p> <p>40. Сбытовая деятельность рекламных агентств;</p> <p>41. Организация сбыта рекламных услуг медиабанковских агентств;</p> <p>42. Организация сбыта рекламных услуг медиаселлинговых агентств;</p> <p>43. Рекламные агентства полного цикла;</p> <p>44. Реализация продукции и услуг рекламных агентств при помощи мероприятий sales promotion; direct marketing и стимулирование сбыта рекламных агентств;</p> <p>45. Личные продажи при стимулировании сбыта рекламных агентств;</p> <p>46. Продвижение продукции и услуг рекламных агентств через выставочную деятельность;</p> <p>47. Основные формы стимулирования сбыта услуг медиаселлеров;</p> <p>48. Медиаканалы и стимулирование продаж их рекламных возможностей;</p> <p>49. Понятие эффективности рекламной деятельности: основные проблемы при определении эффективности рекламы;</p> |
|--|--|

	<p>50. Ограничения при определении эффективности рекламы;</p> <p>51. Факторы, воздействующие на конечную эффективность рекламной деятельности;</p> <p>52. Факторы – регуляторы рекламной деятельности;</p> <p>53. Эффективность рекламной кампании;</p> <p>54. Пирамида рекламных целей;</p> <p>55. Расчет эффективности рекламных кампаний;</p> <p>56. Контрольные параметры рекламных кампаний;</p> <p>57. Эффективность рекламной деятельности различных субъектов рекламного рынка.</p>
--	---

Б1.В.ДВ «Элективные курсы по физической культуре и спорту»	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: - <i>выполнение контрольно-зачетных упражнений</i> • <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: практические, оценка выполнения самостоятельной работы студентов. • <i>Промежуточный контроль</i> в форме зачета (2, 4, 6 семестр) <p>6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)</p> <p>В течение всего периода обучения для контроля динамики физической подготовленности студентов всех вузов России в начале и в конце каждого учебного года обучения проводится контрольное тестирование всех отделений по следующим единым тестам, которые оцениваются по 5-балльной системе (таблица 1, 2).</p> <p style="text-align: right;">Таблица 1</p> <p style="text-align: center;">Примерные контрольные тесты для оценки физической подготовленности студентов основного и спортивного учебных отделений 1 курс (мужчины)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">№ п/п</th> <th rowspan="2">ТЕСТЫ</th> <th colspan="3">Оценка в баллах</th> </tr> <tr> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>Бег 60 м. (сек.)</td> <td>10,0</td> <td>9,5</td> <td>9,0</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>Бег 3000м. (мин., сек.)</td> <td>16.00</td> <td>15.30</td> <td>15.00</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>Наклон вперед (см.)</td> <td>2</td> <td>6</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td>Метание спорт. снаряда (м)</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>5.</td> <td>Прыжки в длину с места (см)</td> <td>210</td> <td>215</td> <td>220</td> </tr> </tbody> </table>	№ п/п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах			3	4	5	1.	Бег 60 м. (сек.)	10,0	9,5	9,0	2.	Бег 3000м. (мин., сек.)	16.00	15.30	15.00	3.	Наклон вперед (см.)	2	6	10	4.	Метание спорт. снаряда (м)	30	35	40	5.	Прыжки в длину с места (см)	210	215	220
№ п/п	ТЕСТЫ			Оценка в баллах																														
		3	4	5																														
1.	Бег 60 м. (сек.)	10,0	9,5	9,0																														
2.	Бег 3000м. (мин., сек.)	16.00	15.30	15.00																														
3.	Наклон вперед (см.)	2	6	10																														
4.	Метание спорт. снаряда (м)	30	35	40																														
5.	Прыжки в длину с места (см)	210	215	220																														

6.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	110	120	130
7.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	6	8	10
8.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	22	26	30
9.	Челночный бег (сек.)	7,8	7,5	7,2
10.	В висе поднимание ног до касания перекладины (кол-во раз)	5	6	7

2 курс

№ п/п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	9,8	9,3	8,8
2.	Бег 3000м. (мин., сек.)	15.30	15.00	14.30
3.	Наклон вперед (см.)	4	8	12
4.	Метание спорт. снаряда (м)	32	37	42
5.	Прыжки в длину с места (см)	215	225	235
6.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	120	130	140
7.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	8	10	12
8.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	26	30	34
9.	Челночный бег (сек.)	7,7	7,4	7,1
10.	В висе поднимание ног до касания перекладины (кол-во раз)	7	8	9

3 курс

№ п/п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	9,6	9,1	8,6
2.	Бег 3000м. (мин., сек.)	15.00	14.30	14.00
3.	Наклон вперед (см.)	6	10	16
4.	Метание спорт. снаряда (м)	35	40	45
5.	Прыжки в длину с места (см)	225	235	245
6.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	130	140	150
7.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	10	12	14
8.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	30	34	38
9.	Челночный бег (сек.)	7,6	7,3	7,0
10.	В висе поднимание ног до касания перекладины (кол-во раз)	9	10	11

Таблица 2

Примерные контрольные тесты для оценки физической подготовленности студентов основного и спортивного учебных отделений

1 курс (женщины)

№ п/п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	11,0	10,5	10,0
2.	Бег 2000м. (мин., сек.)	10.00	12.30	12.00
3.	Наклон вперед (см.)	6	10	14
4.	Метание спорт. снаряда (м)	10	15	20
5.	Прыжки в длину с места (см)	150	160	170
6.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	110	120	130
7.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	9	11	13
8.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	19	22	25
9.	Челночный бег (сек.)	8,8	8,5	8,2
10.	Сгибание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	22	27	32

2 курс

№ п/п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	10,8	10,3	9,8
2.	Бег 2000м. (мин., сек.)	12.30	12.00	11.30
3.	Наклон вперед (см.)	8	12	16
4.	Метание спорт. снаряда (м)	12	17	22
5.	Прыжки в длину с места (см)	160	170	180
6.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	120	130	140
7.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	11	13	15
8.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	25	28	31
9.	Челночный бег (сек.)	8,7	8,4	8,1
10.	Сгибание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	26	31	36

3 курс

№ п/п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	10,6	10,1	9,6
2.	Бег 2000м. (мин., сек.)	12.00	11.30	11.00
3.	Наклон вперед (см.)	10	14	18
4.	Метание спорт. снаряда (м)	15	20	25
5.	Прыжки в длину с места (см)	170	180	190
6.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	130	140	150

7.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	13	15	17	
8.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	31	34	37	
9.	Челночный бег (сек.)	8,6	8,3	8,0	
10.	Сгибание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	30	35	40	

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля *(не предусмотрено)*

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

Студенты, освобожденные от практических занятий по медицинским показаниям, в каждом семестре выполняют научные работы в форме рефератов. Данные работы подлежат публичной защите и оцениваются экспертами (ведущим преподавателем) по пятибалльной системе.

**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ
ДЛЯ СТУДЕНТОВ 1-ГО КУРСА**

1. Лечебно-физическая культура при различных заболеваниях человека (по своему диагнозу).
2. Физическая культура и спорт в режиме труда и отдыха студентов.
3. Физическое воспитание в учебном процессе студентов.
4. Физическая культура и спорт в сессионный период.
5. Физическая культура и спорт в каникулярный период.
6. Физическая культура и спорт для студенток в «критические» дни.
7. Самостоятельные занятия студентов физическими упражнениями.
8. Методы врачебного контроля в физическом воспитании.
9. Прикладная физическая подготовка студентов (по своей специальности).
10. Физическая и умственная работоспособности, как факторы успешного овладения профессией.
11. Влияние занятий физической культурой на состояние здоровья студентов различных специальностей.
12. Физическая культура в здоровом образе жизни студентов.
13. Особенности физической культуры женщины.
14. Гигиенические особенности физической культуры.
15. Профилактика различных заболеваний средствами физической культуры (по своему диагнозу).
16. История развития физической культуры и спорта.
17. Воспитание физических качеств в процессе занятий физической культурой и спортом (на примере одного вида спорта).
18. Особенности организации и проведения занятий по физической культуре.
19. Медико-биологические проблемы физической культуры и спорта.
20. Информатизация отрасли «Физическая культура и спорт» и экспертные технологии.

**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ
ДЛЯ СТУДЕНТОВ 2-ГО КУРСА**

1. Лечебно-физическая культура при различных заболеваниях студентов.
2. Использование технических средств (тренажеров) на занятиях физкультурой.
3. Физическая культура и спорт в здоровом образе жизни человека.
4. Проблемы повышения эффективности физического воспитания в культурно-производственной среде.

5. Особенности организации и проведения занятий по физической культуре и спорту среди различных возрастных групп.
6. Физическая культура и спорт для работников различных видов труда.
7. Сочетание физических и профессиональных нагрузок в деятельности человека.
8. Социально-экономические проблемы физической культуры и спорта.
9. Физическая культура и спорт в современной семье.
10. Самоконтроль физического и функционального состояния организма.
11. Развитие аэробных возможностей организма средствами физической культуры и спорта.
12. Влияние игровых видов спорта на развитие физических качеств.
13. Способы восстановления (повышения) работоспособности организма.
14. Проблемы адаптации организма человека к физическим нагрузкам.
15. Влияние экстремальных факторов внешней среды на состояние здоровья.
16. Физическая культура и геронтология.
17. Олимпийское воспитание студенческой молодежи.
18. Проблемы физкультурного образования студентов.
19. Двигательная активность как фактор саморегуляции организма.
20. Национальные игры как эффективное средство двигательной активности.

**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ
ДЛЯ СТУДЕНТОВ 3-ГО КУРСА**

1. Методики регулирования массы тела при различной двигательной активности.
2. Основные методики закаливания в студенческом возрасте.
3. Индивидуальная программа физического самосовершенствования.
4. Физическое состояние и сексуальность.
5. Самооценка и анализ выполнения обязательных тестов общефизической подготовки за период обучения.
6. Формы и методы ведения личного дневника самоконтроля физкультурника.
7. Обоснование индивидуального выбора вида спорта или оздоровительной системы физических упражнений.
8. Общеразвивающие упражнения в физической подготовке студентов.
9. Основы обучения двигательным действиям в спорте.
10. Методические основы функциональной подготовки.
11. Формирование психических качеств средствами физической культуры.
12. Физическая культура женщины в предродовой и послеродовой периоды.
13. ППФП в избранной специальности.
14. Построение и структура индивидуального учебно-тренировочного плана занятия в мезоцикле.
15. Место физической культуры в научной организации труда.
16. Влияние двигательной активности на динамику возрастных изменений.
17. Применение технических средств в физическом воспитании.
18. Биологические основы физической культуры и спорта.
19. Актуальные проблемы спортивной медицины.
20. Психологическое воспитание средствами физической культуры и спорта.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

Зачеты проводятся в форме выполнения тестовых заданий по выполнению контрольных нормативов (см. выше).

Критерии выставления оценок при проведении зачета:

«зачтено»: если нормативы, предусмотренные программой, выполнены на положительную оценку.

	<p>«не зачтено»: если 50% нормативов, предусмотренных программой, выполнены на оценку «неудовлетворительно» Общая оценка за семестр определяется по следующим критериям:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Регулярность посещения учебных занятий 2. Сдача контрольно-зачетных нормативов 3. Участие в спортивных и физкультурно-массовых мероприятиях, проводимых кафедрой ФВ и БЖ. <p>Индивидуальная оценка студентов, отнесенных по состоянию здоровья к специальной медицинской группе, ставится по итогам защиты реферата по тематике, предложенной кафедрой. Освобожденные от занятий студенты, не освобождаются от присутствия на занятиях.</p>
<p>Б1.В.ДВ.1.1 Информационные технологии и smm продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос • Подготовка эссе, рефератов, презентаций. <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 4 семестре, в форме экзамена в 5 и 6 семестрах.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте систему верстки Adobe InDesign 2. Перечислите инструменты создания графических объектов. 3. Дайте сравнительную характеристику комфортному, акцентному и нелинейному видеомонтажей. 4. Перечислите программы, предназначенные для монтажа цифрового видео. 5. Какие типы файлов используются при монтаже звукового сопровождения? 6. Инструменты создания графических объектов. 7. Перечислите системы верстки. 8. Типы анимации 9. Форматы звуковых и видеофайлов. <p>Тематика эссе</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности поиска информации в поисковой системе Google. 2. Особенности поиска информации в поисковой системе Яндекс.

3. Особенности поиска информации в поисковой системе Yahoo.

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине в 4 семестре

1. Перечислите системы верстки.
2. Возможности, преимущества и недостатки Adobe InDesign.
3. Возможности, преимущества и недостатки PageMaker
4. Возможности, преимущества и недостатки Quark Xpress.
5. Основные понятия и типы символов в среде Flash.
6. Инструменты создания графических объектов
7. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов.
8. Анимирование маски.
9. Возможности инструмента «Кисть».
10. Принципы создание символов типа «кнопка» и «клип».

Вопросы к экзамену по дисциплине в 5 семестре

1. Акцентный видеомонтаж.
2. Анимация формы.
3. Виды ИМС.
4. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов Flash.
5. Звуковое сопровождение видеоряда.
6. Инструменты создания графических объектов.
7. Использование шкалы времени.
8. Комфортный видеомонтаж.
9. Нелинейный видеомонтаж.
10. Особенности поиска информации в поисковой системе Google.
11. Особенности поиска информации в поисковой системе Yahoo.
12. Покадровое.
13. Понятие и возникновение монтажа.

Вопросы к экзамену по дисциплине 6 семестре

1. Понятие и типы символов Flash.
2. Понятие, компоненты ИМС (информационно-поисковой системы).
3. Принципы работы в поисковых системах.
4. Программы, предназначенные для монтажа цифрового видео.
5. Система верстки Adobe InDesign.
6. Система верстки Adobe PageMaker.
7. Система верстки Quark Xpress.
8. Технология создания анимационных фильмов

	<p>9. Типы анимации. 10. Типы файлов, используемых при монтаже звукового сопровождения. 11. Форматы звуковых и видеофайлов. 12. Таргетированная реклама в Facebook: принципы и инструменты 13. Таргетированная реклама "ВКонтакте": принципы и инструменты</p>
<p>Б1.В.ДВ.1.2 Информационные технологии в визуальных социальных проектах</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Тестирование • Устный опрос • Подготовка эссе, рефератов, презентаций <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 4 семестре, в форме экзамена в 5 и 6 семестрах.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Примеры тестовых заданий</p> <p>1. Специальное буквенное обозначение, характеризующее часть Интернет"адреса и определяющее либо географическое место" положение сервера, либо его принадлеж" ность к тому или иному типу организации, это:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 доменное имя 2 URL 3 браузер 4 HTML. <p>2. Комплекс Web"страниц, предназна" ченных для обмена сообщениями с возмож" ностью их классификации по темам и сохра" нения их для последующего использования, называется:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 форумом 2 чатом 3 сайтом 4 порталом. <p>3. Совокупность Web"страниц, связан" ных единством содержания и, как правило,</p>

оформления, с возможностью навигации между этими страницами, имеющая общее доменное имя, это:

- 1 сервер
- 2 провайдер
- 3 сайт
- 4 чат.

4. Компьютерная система и технология, обеспечивающая возможность создания, хранения и воспроизведения разнородной информации, включая текст, звук, видео" изображение, это:

- 1 анимация
- 2 мультимедиа
- 3 телетекст
- 4 гипертекст.

5. Какой из видов ресурсов обладает свойствами нерасходуемости, неисчерпаемости и постоянного роста объема:

- 1 стратегические ресурсы
- 2 кадровые ресурсы
- 3 информационные ресурсы
- 4 природные ресурсы

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Дайте определение информационных технологий в визуальных коммуникациях.
2. Назовите функции информационных технологий в визуальных коммуникациях.
2. Перечислите основные требования к информационному обеспечению социальной деятельности.
3. Назовите программные продукты, используемые в визуальных исследованиях.
4. Перечислите графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, видео фрагментов и анимации..
5. Какие основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности
6. Перечислите методы сбора информации о визуальных продуктах.
7. Назовите способы проведения исследований.
9. Перечислите способы оценки эффективности рекламного воздействия.
10. Понятие, виды и функции информации в рекламе.
12. Назовите технологии баз данных и использования возможностей БД в рекламной деятельности.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Современные информационные технологии в рекламе.
2. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов.
3. Возможности современных компьютерных технологий по повышению эффективности рекламы. Оценка эффективности.

4. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности.
5. Использование технологий баз данных в рекламе.
6. Информационные хранилища и интеллектуальный анализ данных в рекламе.
7. Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности.
8. Использование в рекламной практике технологий глобальных компьютерных сетей.
9. Рекламные возможности сети Интернет.
10. Реклама по e-mail и в телеконференциях: основные возможности.
11. Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании.
12. Использование возможностей Web-сайта для ведения рекламной деятельности.
13. Реклама в электронной коммерции.
14. Баннерная реклама в сети Интернет.
15. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги.

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине в 4 семестре

1. Определение и функции информационных технологиях в визуальных коммуникациях.
2. Основные требования к информационному обеспечению социальной деятельности.
3. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в визуальных исследованиях.
4. Современные графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, ви-део фрагментов и анимации.
5. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности
6. Методы сбора информации о визуальных продуктах.
7. Способы проведения исследований. Обработка результатов исследований с использованием современных статистических программ
8. Практическое использование результатов исследования в визуальных коммуникациях.
9. Способы оценки эффективности рекламного воздействия.
10. Анализ эффективности визуальных проектов: экспертная оценка с компьютерной обработкой результатов.
11. Понятие, виды и функции информации в рекламе.
12. Основы технологий баз данных и использования возможностей БД в рекламной деятельности.
13. Хранилища данных (информационные хранилища), их отличие от классических БД.
14. Основные архитектуры баз данных: иерархические, сетевые, реляционные, объект-но-ориентированные.
15. Формирование и использование информационных хранилищ; компьютерные приложения, используемые для их организации.
16. Базы данных: сбор информации, общие принципы хранения и организации информации.
17. Проведение аналитической работы по подготовке рекламной кампании с использованием запросов к БД.

Вопросы к экзамену по дисциплине в 5 семестре

1. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности. Содержание и функции информации в рекламе;
2. Современные организационные формы и технические средства информационного обеспечения рекламы;
3. Базы данных и информационные хранилища – разработка и практическое использование в рекламе;
4. Использование компьютерно-сетевых технологий для информационного обеспечения рекламной деятельности;

	<p>5. Основные данные по аппаратному составу и прикладному программному обеспечению современного рабочего места для рекламной работы;</p> <p>6. Локальные вычислительные сети. Развитие локальных сетей, основные особенности их функционирования, их возможности по обеспечению совместной работы и внутрифирменной рекламной деятельности;</p> <p>7. Использование баз данных и в целях информационного обеспечения рекламной деятельности фирмы;</p> <p>8. Основные архитектуры баз данных. Проведение аналитической работы по подготовке рекламной кампании с использованием запросов к БД.</p> <p>9. Глобальные вычислительные сети, их возникновение и развитие. Основные принципы организации глобальных сетей, развитие глобальных средств рекламной коммуникации;</p> <p>10. Электронная почта, почтовые серверы. Списки рассылки, их использование для почтовой рекламы;</p> <p>Вопросы к экзамену по дисциплине в 6 семестре</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Новостные серверы и серверы телеконференций. Правила подписки и участия в телеконференции. Возможности рекламы в телеконференциях; 2. Методы сбора и анализа информации о рекламной аудитории. Современные программы статистической обработки наблюдений; 3. Использование программ статистической обработки для выделения целевых групп, поиска взаимосвязей в данных, прогнозирования отклика на рекламные сообщения; 4. Средства для рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы и рекламные информационные службы; 5. Рекламная деятельность при создании и продвижении Web-сервера компании; 6. Web-сервер как информационная витрина, возможности проведения различных рекламных мероприятий; 7. Взаимодействие с клиентом Web-сервера, работа в интерактивном режиме; рекламные средства для установления связи с посетителем; 8. Электронные магазины: изучение покупателей, проверка реакции на различные рекламные мероприятия, побуждение к совершению покупки; 9. Работа сетевых рекламных агентств. Набор оказываемых услуг, виды оплаты; 10. Сети баннерного обмена, их назначение и принципы функционирования.
<p>Б1.В.ДВ.2.1. Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Устный опрос • Подготовка эссе, рефератов, презентаций <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 4 семестре, в форме экзамена в 5 и 6 семестрах.</p> <p>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Назовите традиционные жанры политических коммуникаций.

2. Перечислите и сравните коммуникационные характеристики следующих жанров: плакат, комикс, ролик.
3. Оцените актуальность использования новых арт-форматов (флеш-мобы, городские инсталляции, уличные перформансы).
4. Сравните средства передачи информации: печатные и полиграфические издания, телепрограммы и графические видео, наружная и интернет реклама.
5. Рассмотрите знаки, рисунки, текстовые блоки, типографика, интерактивные элементы, образы и инфографика как средства передачи информации.
6. Проанализируйте фирменный стиль политической силы.
7. Назовите элементы графического дизайна в рекламе политической партии.
8. Перечислите виды и средства политической рекламы.
9. Охарактеризуйте специфику политического брендинга.
10. Расскажите, в чем заключается визуальный контент PR-текстов: изобразительный, оформительский, служебный, инфографический.
11. Чем характеризуется политическая реклама как инструмент визуального PR.
12. Опишите специфику визуального PR
13. Дайте понятие и опишите сущность политического брендинга.
14. Чем характерен политический брендинг как СО-технология.
15. Сравните виды политического брендинга: конструктивный и непосредственный.
16. В чем заключается визуальная составляющая политического бренда
17. Назовите технологические основы визуальных коммуникаций в политических проектах.
18. Для чего нужны графики, рисунки, иллюстрации и их применение в политических проектах.
19. Для чего используется фотография и искусство коллажа в политической коммуникации?
20. Раскройте сущность киноискусства и применение его приемов в политических технологиях.
21. Рассмотрите современную полиграфию; дизайн, веб-дизайн как инструменты политических проектов.
22. Как современные технологии: цифровая фотография, голография, видеоарт, жидкие кристаллы в применяются в политических проектах?

Тематика эссе, рефератов, презентаций:

1. Традиционные жанры политических коммуникаций.
2. Плакат, комикс, ролик: коммуникационные характеристики.
3. Новые арт-форматы (флеш-мобы, городские инсталляции, уличные перформансы).
4. Средства передачи информации: печатные и полиграфические издания, телепрограммы и графические видео, наружная и интернет реклама.
5. Знаки, рисунки, текстовые блоки, типографика, интерактивные элементы, образы и инфографика как средства передачи информации.
6. Фирменный стиль политической силы.
7. Элементы графического дизайна в рекламе политической партии.
8. Виды и средства политической рекламы.
9. Политический брендинг.
10. Визуальный контент PR-текстов: изобразительный, оформительский, служебный, инфографический.
11. Политическая реклама как инструмент визуального PR.
12. Визуальный PR
13. Понятие и сущность политического брендинга.

14. Политический брендинг как СО-технология.
15. Виды политического брендинга: конструктивный и непосредственный.
16. Визуальная составляющая политического бренда
17. Технологические основы визуальных коммуникаций в политических проектах.
18. Графики, рисунки, иллюстрации и их применение в политических проектах.
19. Фотография и искусство коллажа в политической коммуникации.
20. Киноискусство и применение его приемов в политических технологиях.
21. Современной полиграфии; дизайна, веб-дизайна как инструменты политических проектов.
22. Современные технологии: цифровая фотография, голография, видеоарт, жидкие кристаллы в политических проектах.
23. Субъекты политических проектов.
24. Участники, создатели арт-продуктов, координаторы политических проектов.
25. Понятие визуального образа.
26. Визуальный образ, социальные представления, идеология и имидж.
27. Методы исследования визуальных образов.
28. Визуальные образы как дискурсивная практика.
29. Знаково-семантический анализ как средство оптимизации рекламной коммуникации.
30. Феномен, содержание, основные характеристики визуального восприятия.
31. Субъективные интерпретации визуального образа.
32. Знаковая структура телевизионной рекламы.
33. Постмодерные координаты визуального образа
34. Креатив в социальной рекламе.
35. Формы и функции рекламного креатива.
36. Правила визуализации.
37. Требования к визуальной части рекламного креатива.
38. Методика РАМ-проводника.
39. Методика слома стереотипа.

Вопросы к зачету по дисциплине в 4 семестре

1. Традиционные жанры политических коммуникаций.
2. Плакат, комикс, ролик: коммуникационные характеристики.
3. Новые арт-форматы (флеш-мобы, городские инсталляции, уличные перформансы).
4. Средства передачи информации: печатные и полиграфические издания, телепрограммы и графические видео, наружная и интернет реклама.
5. Знаки, рисунки, текстовые блоки, типографика, интерактивные элементы, образы и инфографика как средства передачи информации.
6. Фирменный стиль политической силы.
7. Элементы графического дизайна в рекламе политической партии.
8. Виды и средства политической рекламы.
9. Политический брендинг.
10. Визуальный контент PR-текстов: изобразительный, оформительский, служебный, инфографический.
11. Политическая реклама как инструмент визуального PR.

12. Визуальный PR
13. Понятие и сущность политического брендинга.
14. Политический брендинг как СО-технология.
15. Виды политического брендинга: конструктивный и непосредственный.
16. Визуальная составляющая политического бренда
17. Технологические основы визуальных коммуникаций в политических проектах.
18. Графики, рисунки, иллюстрации и их применение в политических проектах.
19. Фотография и искусство коллажа в политической коммуникации.
20. Киноискусство и применение его приемов в политических технологиях.
21. Современной полиграфии; дизайна, веб-дизайна как инструменты политических проектов.
22. Современные технологии: цифровая фотография, голография, видеоарт, жидкие кристаллы в политических проектах.
23. Субъекты политических проектов.
24. Участники, создатели арт-продуктов, координаторы политических проектов.

Вопросы к экзамену в 5 семестре

1. Понятие визуального образа.
2. Визуальный образ, социальные представления, идеология и имидж.
3. Методы исследования визуальных образов.
4. Визуальные образы как дискурсивная практика.
5. Знаково-семантический анализ как средство оптимизации рекламной коммуникации.
6. Феномен, содержание, основные характеристики визуального восприятия.
7. Субъективные интерпретации визуального образа.
8. Знаковая структура телевизионной рекламы.
9. Постмодерные координаты визуального образа
10. Креатив в социальной рекламе.
11. Формы и функции рекламного креатива.
12. Правила визуализации.
13. Требования к визуальной части рекламного креатива.
14. Методика RAM-проводника.
15. Методика слома стереотипа.
16. Ведущие и официальные лица социальных проектов
17. Инфографика как способ общения с аудиторией социальных проектов.
18. Смыслонаполнение и целеполагание в разработке инфографики.
19. Требования к изображениям в инфографике.
20. Креативная инфографика.
21. Социальная инфографика в рекламе.
22. Интерактивная инфографика

Вопросы к экзамену в 6 семестре

1. Современные концепции социальной проектной деятельности.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Особенности социального проектирования. 3. Пространство проектирования. 4. Формирование проектного замысла, его оформление 5. Способы привлечения внимания к социальному проекту. 6. Оформление идеи и цели социального проекта. 7. Опыт визуализации деятельности российских НКО. 8. Визуализация социально-значимой информации. 9. Классификации визуальных средств социальных проектов. 10. Визуальные брендинг: технологии создания. 11. Социальная ответственность дизайнера социального проекта. 12. Логотип и система идентификации проекта. 13. Вирусный эффект дизайнера социального проекта. 14. Визуализация социальной информации. 15. SMM-продвижение, деятельность веб-сайта, реклама и связи с общественностью и специфика их применения в продвижении социальных проектов. 16. Визуальные формы в процессе формирования качественного общественного диалога. 17. Конструктивное включение арт-составляющей в работу гражданских площадок на различных стадиях. 18. Традиционные жанры социально-направленного искусства. 19. Характеристика новых арт-форматов. 20. Средства передачи информации в социальных проектах. 21. Знаки, рисунки, текстовые блоки, типографика, интерактивные элементы, образы и инфографики как средства передачи информации. 22. Социальный брендинг. 23. Визуальный контент PR-текстов: изобразительный, оформительский, служебный, инфографический. 24. Социальная реклама как инструмент социального PR. 25. Визуальный PR 26. Понятие и сущность социального брендинга. 27. Социальный брендинг как СО-технология. 28. Виды социального брендинга: конструктивный и непосредственный. 29. Визуальная составляющая социального бренда. 30. Технологические основы визуальных коммуникаций в социальных проектах. 31. Субъекты социальных проектов. 32. Участники, создатели арт-продуктов в социальных проектах. 33. Роль визуальных коммуникаций в достижении деловой эффективности организации социальной сферы.. 34. Инфографика как способ общения с аудиторией социальных проектов. 35. Смыслонаполнение и целеполагание в разработке инфографики. 36. Требования к изображениям в инфографике. 37. Креативная инфографика. 38. Социальная инфографика в рекламе. 39. Интерактивная инфографика.
Б1.В.ДВ.2.2. Теория и практика	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p>

социальной рекламы

- Устный опрос
- Тестирование
- Подготовка эссе, рефератов, презентаций.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 4 семестре, в форме экзамена в 5 и 6 семестрах.

Текущий контроль

Примеры тестовых заданий

1. Определение социальной рекламы _____

2. Рекламодателями социальной рекламы могут выступать _____

3. Когда появилась первая социальная реклама:
а) в нач. XX в.; б) в период Первой мировой войны;
г) в период Второй мировой войны.
4. Самым ранним зарубежным аналогом советского плаката «Ты записался добровольцем?» был:
а) американский плакат с изображением дяди Сэма;
б) русский дореволюционный рекрутинговый плакат;
в) английский рекрутинговый плакат;
г) у него не было аналогов.
5. Предназначение СР - _____
6. Миссия СР - _____
7. Термин PSA означает – _____
8. Девиз первого профессионального российского ролика социальной рекламы:
а) «Охраняйте памятники культуры»; б) «Позвоните родителям»;
в) «Верю. Люблю. Надеюсь»; г) «Позвоните детям».
9. Кто был автором первого ролика социальной рекламы в России:
а) К. Эрнст; б) Ф. Янковский; в) Ю. Грымов; г) И. Буренков
10. «Русский проект» – это - _____

11. Назовите режиссера и продюсера «Русского проекта» - _____

12. «Верю. Люблю. Надеюсь.» — это:
а) собственно социальная реклама; б) политическая реклама;
в) общественная реклама; г) государственная реклама.
13. «Заплати налоги и спи спокойно» — это:
а) государственная реклама; б) общественная реклама;
в) политическая реклама; г) собственно социальная реклама.
14. Организатор американской кампании по предотвращению рака груди:

- а) правительство США; б) Рекламный совет США;
в) корпорация «Philip Morris»; г) косметическая фирма «Avon».
15. Самую высокобюджетную кампанию против курения провел(а):
а) корпорация «Philip Morris»;
б) Департамент здравоохранения США;
в) ассоциация «Врачи без границ»;
г) Рекламный совет США.
16. Назовите нормативные документы, регулирующие деятельность в сфере социальной рекламы в РФ:
-
-

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Докажите на конкретных примерах, что регионы являются субъектами социального конкурентного пространства.
2. Определите комплекс ограничений (по У.Л.Вилки) для одной институтов-рекламодателей в сфере социальной рекламы.
3. Охарактеризуйте достоинства и недостатки сравнительной социальной рекламы.
4. Охарактеризуйте основные сюжеты социальных мифов вашего региона.
5. Охарактеризуйте структуру ориентаций выбора на региональном конкурентном социальном пространстве.
6. Охарактеризуйте типичных представителей каждой из четырех потенциальных целевых групп потребителей социальных рекламных услуг по степени их лояльности.
7. Охарактеризуйте типы потребителей социальных рекламных услуг.
8. Приведите примеры влияния профессионального, этнического, конфессионального составов населения региона на социальные процессы.
9. Приведите примеры модификаций атрибутов социальной рекламной услуги.
10. Приведите примеры различных фаз жизненного цикла социальной рекламной услуги
11. Проанализируйте несколько образцов социальной рекламы и определите, что лежит в основе креативного решения:
12. Проанализируйте ограничения всех видов на этапе первичной речемыслительной модели рекламного сообщения.
13. Проанализируйте случаи принадлежности конкретных потребителей социальных рекламных услуг различным сегментам конкурентного социального пространства. Выявите и объясните причины множественной идентификации.
14. Проведите сравнительный анализ локализации биллбордов с социальной рекламой. Обратите внимание на

факторы гармонии с архитектурным ландшафтом, размещения в социокультурном пространстве.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Анализ социальной рекламы федеральных социальных институтов.
2. Архетипы в социальной рекламе.
3. Генезис социальной рекламы.
4. Дизайн социальной рекламы.
5. Законодательство в сфере социальной рекламы.
6. Имидж государства, государственных, муниципальных и общественных некоммерческих институтов в социальной рекламе.
7. Каналы социальной рекламной коммуникации.
8. Конкурентное социальное пространство.
9. Креатив в социальной рекламе.
10. Манипулятивные техники в социальной рекламе.
11. Мифы в социальной рекламе.
12. Моделирование картины мира средствами социальной рекламы.
13. Особенности отечественной социальной рекламы.
14. Планирование социальной рекламной кампании.
15. Приемы воздействия в социальной рекламе.
16. Процесс воздействия социальной рекламы.
17. Региональная социальная реклама.
18. Рекламодатели социальной рекламы.
19. Роль социальной рекламы в жизни общества.
20. Рынок социальной рекламы в России.
21. Семиотика социальной рекламы.
22. Социальная реклама в III секторе.
23. Социальная реклама в Интернете.
24. Социальная реклама в политических технологиях.
25. Социальная реклама в системе социального маркетинга.
26. Социальная реклама и бизнес.
27. Социальная реклама и пропаганда – принципиальные различия.
28. Социальная реклама на примерах рекламы государственных институтов.
29. Социальная реклама: цели, задачи, функции.

30. Социальная реклама в социокультурном контексте.
31. Социальные исследования социальной рекламы.
32. Спонсоринг и социальная реклама.
33. Сравнительные характеристики современной отечественной и зарубежной социальной рекламы.
34. Средства распространения социальной рекламы.
35. Типы и виды социальной рекламы.
36. Успешные социальные рекламные кампании.
37. Феномен социальной рекламы.
38. Фестивали социальной рекламы в России.
39. Шок в социальной рекламе: эффекты и последствия.
40. Экономическая и коммуникативная эффективность социальной рекламы.
41. Язык социальной рекламы.

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине в 4 семестре

- 1 «Плюсы» и «минусы» применения социальной рекламы в политических технологиях.
- 2 Агитация и пропаганда в социальной рекламе.
- 3 Анализ социальной рекламной кампании.
- 4 Аргументация в социальной рекламе.
- 5 Взаимоотношения НКО и СМИ.
- 6 Законодательная база российской социальной рекламы и ее реализация.
- 7 Законодательство в странах постсоветского пространства.
- 8 История социальной рекламы в России.
- 9 Когнитивные и эмоциональные аспекты воздействия.
- 10 Коммерческая и социальная реклама: сравнительный анализ.
- 11 Критерии эффективности мероприятий социального PR.
- 12 Критерии эффективности социальной рекламы.
- 13 Методы оценки эффективности социальной рекламы.
- 14 Наиболее распространенные темы социальной рекламы.
- 15 Негативные эмоции в социальной рекламе. Примеры.
- 16 Некоммерческая, общественная, государственная и собственно социальная реклама. Примеры.
- 17 Общая характеристика развития социальной рекламы в XX в.
- 18 Определение социальной рекламы, принципы и задачи.
- 19 Основные направления в тематике социальной рекламы НКО.
- 20 Основные направления в тематике социально-политической рекламы.
- 21 Принципы организации антинаркотической социальной рекламы.
- 22 Принципы социальной рекламы.

- 23 Причины, по которым бизнес обращается к социальной рекламе.
- 24 Психология цвета в рекламе.
- 25 Система взаимоотношений социальной рекламы и бизнеса.
- 26 Слоган в социальной рекламе.
- 27 Социальная реклама в странах Запада (Великобритании, США, Германии): законодательные инициативы.
- 28 Социальная реклама государственных институтов.
- 29 Социальная реклама и социальный PR: сравнительный анализ.
- 30 Социальные программы бизнес-структур.
- 31 Способы манипуляции в социальной рекламе.
- 32 Стилистика социальной рекламы.
- 33 Участники рынка социальной рекламы.
- 34 Факторы, влияющие на уровень усвоения социальной рекламы.
- 35 Факторы, влияющие на эффективность социальной рекламы.
- 36 Фестивальное движение в социальной рекламе.
- 37 Функции коммерческой и социальной рекламы.
- 38 Цели социальной рекламы третьего сектора.
- 39 Цель социальной рекламы в политическом процессе.
- 40 Этапы планирования и производства социальной рекламы.

Вопросы к экзамену в 5 семестре

1. Феномен социальной рекламы.
2. Социальная реклама в социокультурном контексте.
3. Каналы социальной рекламной коммуникации.
4. Конкурентное социальное пространство.
5. Детерминанты конкурентного социального пространства.
6. Анализ социальной рекламы федеральных социальных институтов.
7. Социальная реклама в Интернете.
8. Дизайн социальной рекламы.
9. Язык социальной рекламы.
10. Семиотика социальной рекламы.
11. Успешные социальные рекламные кампании.
12. Имидж государства, государственных, муниципальных и общественных некоммерческих институтов в социальной рекламе.

13. Архетипы в социальной рекламе.

14. Мифы в социальной рекламе.

15. Приемы воздействия в социальной рекламе.

16. Региональная социальная реклама.

Вопросы к экзамену в 6 семестре

1. Виды социальной рекламы.
2. Виды социальных мифов.
3. Дизайн печатной социальной рекламы.
4. Дизайн социальной рекламы в Интернете.
5. Дизайн социальной рекламы в электронных СМИ.
6. Дизайн транзитной социальной рекламы.
7. Жизненный цикл социальной рекламной услуги.
8. Задачи социальной рекламы.
9. Законодательная база российской социальной рекламы.
10. История социальной рекламы в России.
11. Каналы социальной рекламной коммуникации.
12. Когнитивные и эмоциональные аспекты воздействия.
13. Коммерческая и социальная реклама: сравнительный анализ.
14. Композиция и дизайн социальной рекламы.
15. Концепции некоммерческого социального маркетинга.
16. Критерии эффективности мероприятий социального PR.
17. Критерии эффективности социальной рекламы.
18. Методика RAM-проводника в социальной рекламе.
19. Методика слома стереотипа в социальной рекламе.
20. Методология и методика выделения целевых групп.
21. Методы оценки эффективности социальной рекламы.
22. Моделирование целевого социального поведения.

	<p>23. Тематика социальной рекламы.</p> <p>24. Общая характеристика развития социальной рекламы в XX в.</p> <p>25. Основные направления в тематике социальной рекламы НКО.</p> <p>26. Основные направления в тематике социально-политической рекламы.</p> <p>27. Позиционирование социальной рекламной услуги.</p> <p>28. Креатив в социальной рекламе.</p> <p>29. Требования к визуальной части социальной рекламы.</p> <p>30. Принципы социальной рекламы.</p> <p>31. Система взаимоотношений социальной рекламы и бизнеса.</p> <p>32. Слоган в социальной рекламе.</p> <p>33. СМИ в социальной рекламе.</p> <p>34. Социальная реклама в странах Запада (Великобритании, США, Германии): законодательные инициативы.</p> <p>35. Социальная реклама государственных институтов.</p> <p>36. Социальная реклама и социальный PR: сравнительный анализ.</p> <p>37. Социальная рекламная услуга.</p> <p>38. Социальные программы бизнес-структур.</p> <p>39. Способы манипуляции в социальной рекламе.</p> <p>40. Субъекты конкурентного пространства социальных рекламных услуг.</p> <p>41. Участники рынка социальной рекламы.</p> <p>42. Факторы, влияющие на уровень усвоения социальной рекламы.</p> <p>43. Факторы, влияющие на эффективность социальной рекламы.</p> <p>44. Функции коммерческой и социальной рекламы.</p> <p>45. Функции социальных мифов.</p> <p>46. Целевые группы потребителей социальной рекламы.</p> <p>47. Цели и средства социальной рекламы. Определение социальной рекламы, принципы и задачи.</p> <p>48. Этапы планирования и производства социальной рекламы.</p>
<p>Б1.В.ДВ.3 Креативное проектирование в рекламе и</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p>

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос
- подготовка эссе, рефератов, презентаций

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета в 6 семестре и экзамена в 7, 8 семестре. Курсовой проект в 6 семестре.

Текущий контроль

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Основные понятия творческого процесса в профессиональной деятельности креатора;
2. Основные этапы профессиональной творческой деятельности в арт-бизнесе;
3. Особенности художественного творчества;
4. Фазы профессионального творческого процесса.
5. Этапы креативного процесса при создании рекламного
6. продукта.
7. Основные креативные техники творческого процесса
8. Этапы творческого процесса.
9. Классификация элементов процесса создания рекламного продукта.
10. Цели и задачи креативной деятельности.
11. Особенности рекламного образа и рекламного текста, их различия.
12. Методы активизации идей.
13. Метод фокальных объектов и техника номинальной группы.
14. Описание целевой аудитории.
15. Понятие и условные типы инсайта.
16. Шкала SIMPLE.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Художественный и рекламный образ.
2. Особенности структуры личности креатора: знания, навыки и умения;
3. Путь формирования и развития таланта специалиста в арт-бизнесе;
4. Креативная личность.
5. Создание рекламы, особенности творческого подхода.
6. Формирование рекламных образов в контексте психических процессов.
7. Виды ассоциаций.
8. Приемы создания рекламного образа в арт-бизнесе и рекламе.
9. Поиск нестандартных идей с использованием творческих игр и упражнений.
10. Рекламная идея и художественный образ.

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине в 6 семестре

1. Что такое креативный технологии?
2. Дать определение креативности
3. Роль бизнеса в развитии креативных технологий
4. «Мозговой штурм» как наиболее востребованная креативная технология и ее особенности актуализации
5. Художественно-образное мышление как профессиональное мышление рекламиста
6. Цели и задачи креативной деятельности
7. Креатив как творческий процесс
8. Виды УТП и их особенности
9. Основные этапы творческого процесса в создании рекламы
10. Творчество и основные элементы творческого процесса
11. Роль психических процессов в формировании рекламных образов
12. Ассоциации и архитипический символ в рекламе

Вопросы к экзамену по дисциплине в 7 семестре

1. Художественно-образное мышление как профессиональное мышление рекламиста
2. Цели и задачи креативной деятельности
3. Пять слагаемых креативности Энди Грина. «Пять I»
4. Креатив как творческий процесс
5. Виды УТП и их особенности
6. Основные этапы творческого процесса в создании рекламы
7. Творчество и основные элементы творческого процесса
8. Роль психических процессов в формировании рекламных образов
9. Ассоциации и архитипический символ в рекламе
10. Рекламный образ и приемы его создания
11. Драматургия в различных видах рекламы

Вопросы к экзамену по дисциплине в 8 семестре

1. Сценарий – основная форма драматургической организации рекламы
2. Тема, идея, проблема. Их сущность и содержание
3. Композиционное построение сценария различных рекламных форм
4. Авторский и сюжетный ход в рекламе
5. Особенности жанрового разнообразия в рекламе
6. Игра как творческая деятельность
7. Виды игр и игровые приемы в рекламе
8. Юмор в рекламе. Приемы создания смешного в рекламе
9. Метод мозговой атаки как метод активизации творческих идей
10. Креативные техники в рекламе
11. Профессиональные качества специалиста в области рекламы
12. Этические основы рекламного творчества

	<p>Примерная тематика курсовых работ Курсовая работа выполняется в виде проекта «Разработка творческой концепции ...»</p>
<p>Б1.В.ДВ.3 Управление креативными проектами</p>	<p>Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устный опрос • подготовка эссе, презентаций, рефератов, <p><i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета в 6 семестре и экзамена в 7, 8 семестре. Курсовой проект в 6 семестре.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Креатив как технология. Качества креатива. Формула «правильного креатива». Модель креативного процесса Д. Бернстайна. 2. Креатив и потребности целевой аудитории. Релевантность и влияние креатива. 3. Мотив в креативе. Структура мотивов А. Маслоу. 4. Психологические исследования целевой аудитории. Психология и ее использование в рекламе. Психологическое сегментирование. 5. Рекламная стратегия и идея. Структура стратегии. Иерархия стратегий в планировании. Информационное и эмоциональное наполнение. 6. Современные рекламные стратегии. Стратегия опережения потребности. Стратегия разрыва стереотипов Ж.-М. Дрю. 7. Бриф как вектор творчества. Виды и разделы брифа. Составление брифа. Формы брифа. Заполнение форм брифа. 8. Проблема решения творческих задач. Эвристика. Методы решения творческих задач. <p>Тематика эссе, рефератов, презентаций</p> <ol style="list-style-type: none"> 11. Художественный и рекламный образ. 12. Особенности структуры личности креатора: знания, навыки и умения; 13. Путь формирования и развития таланта специалиста в атр-бизнесе; 14. Креативная личность. 15. Создание рекламы, особенности творческого подхода. 16. Формирование рекламных образов в контексте психических процессов. 17. Виды ассоциаций. 18. Психологические барьеры и их преодоление в рекламе. 19. Мозговой штурм А. Осборна (brain-storming). Последовательность действий и правила при проведении мозгового штурма. Критерии подбора «штурмовиков». Алгоритм проведения мозгового штурма I-G-I. 20. Сравнительный анализ методик «мозгового штурма» и «синектики». Их применение в рекламе.

21. Мотивационный анализ и его использование для создания креатива.
22. Нейминг. Бренд-концепция, ее значение и составляющие. Алгоритм генерации имени бренда и критерии отбора. Применение ренейминга.
23. Тестирование рекламы. Использование методик претестинга и посттестинга в творческом процессе. Дизайнерская подготовка тестируемых материалов.
24. Стереотип и стереотипизация в рекламе.
25. Креативная технология Disruption, ее концепты и применение в создании отечественной и зарубежной рекламы.
26. Приемы создания рекламного образа в арт-бизнесе и рекламе.
27. Поиск нестандартных идей с использованием творческих игр и упражнений.
28. Рекламная идея и художественный образ.

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине в 6 семестре

13. Что такое креативный технологии?
14. Дать определение креативности
15. Роль бизнеса в развитии креативных технологий
16. «Мозговой штурм» как наиболее востребованная креативная технология и ее особенности актуализации
17. Художественно-образное мышление как профессиональное мышление рекламиста
18. Цели и задачи креативной деятельности
19. Креатив как творческий процесс
20. Виды УТП и их особенности
21. Основные этапы творческого процесса в создании рекламы
22. Творчество и основные элементы творческого процесса
23. Роль психических процессов в формировании рекламных образов
24. Ассоциации и архитипический символ в рекламе

Вопросы к экзамену по дисциплине в 7 семестре

1. Психологические барьеры и их преодоление в рекламе.
2. Мозговой штурм А. Осборна (brain-storming). Последовательность действий и правила при проведении мозгового штурма. Критерии подбора «штурмовиков». Алгоритм проведения мозгового штурма I-G-I.
3. Сравнительный анализ методик «мозгового штурма» и «синектики». Их применение в рекламе.
4. Мотивационный анализ и его использование для создания креатива.

5. Креатив как технология. Качества креатива. Формула «правильного креатива». Модель креативного процесса Д. Бернстайна.
6. Креатив и потребности целевой аудитории. Релевантность и влияние креатива.
7. Мотив в креативе. Структура мотивов А. Маслоу.
8. Психографические исследования целевой аудитории. Психографика и ее использование в рекламе. Психографическое сегментирование.
9. Рекламная стратегия и идея. Структура стратегии. Иерархия стратегий в планировании. Информационное и эмоциональное наполнение.

10. Современные рекламные стратегии. Стратегия опережения потребности. Стратегия разрыва стереотипов Ж.-М. Дрю.
11. Бриф как вектор творчества. Виды и разделы брифа. Составление брифа. Формы брифа. Заполнение форм брифа.
12. Проблема решения творческих задач. Эвристика. Методы решения творческих задач.
13. Нейминг. Бренд-концепция, ее значение и составляющие. Алгоритм генерации имени бренда и критерии отбора. Применение ренейминга.
14. Тестирование рекламы. Использование методик претестинга и посттестинга в творческом процессе. Дизайнерская подготовка тестируемых материалов.

Вопросы к экзамену по дисциплине в 8 семестре

1. Стереотип и стереотипизация в рекламе.
2. Креативная технология Disruption, ее концепты и применение в создании отечественной и зарубежной рекламы.
3. Художественно-образное мышление как профессиональное мышление рекламиста
4. Цели и задачи креативной деятельности
5. Пять слагаемых креативности Энди Грина. «Пять I»
6. Креатив как творческий процесс
7. Виды УТП и их особенности
8. Основные этапы творческого процесса в создании рекламы
9. Творчество и основные элементы творческого процесса
10. Роль психических процессов в формировании рекламных образов
11. Ассоциации и архитипический символ в рекламе
12. Рекламный образ и приемы его создания
13. Драматургия в различных видах рекламы
14. Сценарий – основная форма драматургической организации рекламы
15. Тема, идея, проблема. Их сущность и содержание
16. Композиционное построение сценария различных рекламных форм
17. Авторский и сюжетный ход в рекламе
18. Особенности жанрового разнообразия в рекламе
19. Игра как творческая деятельность
20. Виды игр и игровые приемы в рекламе
21. Юмор в рекламе. Приемы создания смешного в рекламе
22. Метод мозговой атаки как метод активизации творческих идей
23. Креативные техники в рекламе
24. Профессиональные качества специалиста в области рекламы
25. Этические основы рекламного творчества.

Примерная тематика курсовых работ

Курсовая работа выполняется в виде проекта «Разработка творческой концепции ...»

Б1.В.ДВ.4.1 Теория и практика

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

рекламы

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- Тестирование
- Презентации

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета в 3,4 семестрах, в форме экзамена 5 семестрах.

Примеры тестовых заданий (ситуаций)

1. Основными задачами увещательной рекламы являются:

- 1)убеждение покупателя приобрести рекламируемый товар;
- 2)формирование осведомленности и знания о новом товаре;
- 3)удержание в памяти потребителей информации о товаре;
- 4)создание уникального образа фирмы;
- 5)формирование предпочтения к товару или фирме.

2. Черта рекламы, выражающаяся в убедительных аргументах и цифровых данных, используемых в тексте рекламного средства,- это...

- 1)конкретность рекламы;
- 2)правдивость рекламы;
- 3)гуманность рекламы;
- 4)компетентность рекламы.

3. По направленности на аудиторию выделяют:

- 1)рекламу потребительских товаров, бизнес-рекламу;
- 2)селективную, массовую рекламу;
- 3)товарную, престижную рекламу;
- 4)информативную, увещательную рекламу.

4. Заказчиком рекламы является:

- 1)рекламодатель;
- 2)рекламное агентство;
- 3)медиабайер;
- 4)потребители рекламы.

5. Основными функциями рекламодателя являются:

- 1)определение объекта рекламы и особенностей его рекламирования;
- 2)разработка рекламного бюджета;
- 3)формулирование целей и задач рекламной кампании;
- 4)разработка стратегии и тактики рекламной кампании;
- 5)создание рекламной продукции.

6. Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей,- это...

- 1)бизнес-реклама;
- 2)социальная реклама;
- 3)имиджевая реклама;

4)политическая реклама.

7. Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет...

- 1)Правительство РФ;
- 2)федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;
- 3)органы внутренних дел;
- 4)Общество по защите прав потребителей.

8. В средние века специального нанятого торговцем человека, в задачи которого входило зазывание покупателей и расхваливание товара нанимателя, называли...

- 1)глашатаем;
- 2)коробейником;
- 3)герольдом;

9. Основателем книгопечатания в России является:

- 1)И.Федоров;
- 2)А.Родченко;
- 3)И Сытин.

10.Процарапывание на стенах домов жителями античного города различных надписей получило название...

- 1)граффити;
- 2)альбум;
- 3)миллиарии.

Тематика презентаций.

- 1.История возникновения визуальной рекламы.
2. Живописно-графическая реклама города (на конкретном примере).
- 3.Дизайн в создании визуальной рекламы г.Краснодара.
4. Носители, средства рекламы.
5. Особенности создания Интернет-рекламы.
6. Реклама в средствах массовой информации, печатная реклама.
7. Наружная реклама: преимущества и недостатки.
8. Имиджевая реклама в социально-культурной деятельности.
9. Рекламная кампания(на конкретном примере).
10. Виды телевизионной рекламы.
11. Реклама услуг.
12. Имидж гостиничного бизнеса.
13. Торговая марка и ее реклама.
14. Рынок международной рекламы.
15. Имиджевая реклама региона.
16. Визуальная реклама в социокультурной сфере.
17. Дизайн рекламы в социально-культурной сфере.
18. Визуальная политическая реклама.
19. Особенности рекламной деятельности в России.
20. Виды рекламы в прессе.
21. Международная реклама в визуальных коммуникациях.

22.Создание имиджевой рекламы КГИК.

23. Реклама и общество

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине в 3 семестре

- 1.Организация и деятельность рекламных компаний .
2. Выбор средств распространения и носителей рекламы .
- 3.Особенности рекламной деятельности туристических фирм.
- 4.Позиционирование в рекламе.
- 5.Рекламная кампания и медиапланирование.
6. Психология восприятия цвета в рекламе.
- 7.Особенности современного рекламного процесса.
- 8.Брендинг как направление рекламной кампании.
- 9.Эффективность рекламы на телевидении.
- 10.Позиционирование бренда в рекламе.
11. Рекламные сувениры.
- 12.Эффективность рекламы в сети Интернет.
- 13.Творческая стратегия рекламной кампании.
- 14.Эффективность рекламы на ярмарках и выставках.
- 15.Подбор музыкального сопровождения в рекламе.
16. Международная реклама.
- 17.Основы разработки рекламных обращений.
18. Организация и деятельность рекламной кампании.
- 19.Особенности рекламы банковских услуг.
20. Рекламная деятельность промышленных предприятий.

Вопросы к зачету в 4 семестре

- 1.Современный рекламный рынок.
- 2.Наружная реклама в городском ландшафте (на примере г. Краснодара).
- 3.Юмор и карикатура в рекламе.
- 4.Текстовый образ при создании товарных знаков, логотипов и эмблем.
- 5.Образ в рекламе, и образные композиции в рекламной продукции.
- 6.Разработка наружной рекламы с использованием образа в шрифтовой композиции.
7. Особенности эффективной подачи рекламной информации в газетах и журналах.
- 8.Использование изобразительно – графических композиций в рекламе.
- 9.Особенности развития рекламы на мировом рынке.
10. Рекламные исследования.
- 11.Виды контроля рекламы
12. Аудит и мониторинг рекламы.
13. Экономическая оценка эффективности рекламы.
14. Оценка эффективности расходов на рекламу.
- 15.Компаративный анализ эффективности рекламы с конкурентами.

	<p>16. Основные формулы расчета эффективности рекламы.</p> <p>17. Социально-психологическая оценка эффективности рекламы.</p> <p>18. Портфельные испытания (метод портфеля объявлений).</p> <p>19. Метод ранжирования.</p> <p>20. Театральное тестирование (метод эксперимента).</p> <p>21. Рыночное тестирование.</p> <p>22. Тесты на узнаваемость, запоминаемость рекламы.</p> <p>Вопросы к экзамену в 5 семестре</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность рекламы. 2. Цели и функции рекламы. 3. Особенности развития рекламного дела за рубежом. 4. Особенности развития рекламного дела в дореволюционной России. 5. Особенности развития рекламы в годы НЭПа. 6. Особенности развития советской рекламы. 7. Роль рекламы для развития рыночных отношений в Российской Федерации. 8. Состояние и особенности развития рекламы на мировом рынке. 9. Современное состояние рекламного рынка в России. 10. Влияние на рекламу научно-технического прогресса. 11. Отличия традиционной и современной рекламы. 12. Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций. 13. Классификация видов, средств, форм и методов рекламной деятельности. 14. Понятие тотальных коммуникаций. 15. Связь рекламной деятельности с циклом жизни товара на рынке. 16. Отличие рекламы товаров промышленного назначения, широкого потребления и массового спроса. 17. Влияние радикальных изменений рыночной среды на рекламную деятельность. 18. Понятие демассификации, ее отражение в рекламной деятельности. 19. Особенности средств массовой информации с точки зрения их рекламоспособности. 20. Участники рекламного процесса. 21. Различия между монологическим и диалоговым режимом рекламного информирования. Необходимость диалогового режима. 22. Роль и механизмы рекламы в системе маркетинга. 23. Понятие функциональности рекламы. 24. Понятия целевой аудитории, сегментации и агрегатирования. 25. Принципы достижения соответствия рекламных обращений целевой аудитории. 26. Теория имиджа. 27. Рекламная аргументация и уникальное торговое предложение (УТП). 28. Позиционирование и его роль в рекламе. 29. Особенности и возможности восприятия рекламной информации. 30. Знак и символ в рекламе. 31. Миф в рекламе. 32. Основные положения теории Ж.Бодрийяра. 33. Понятие рекламной идеи. 34. Понятия формы и содержания рекламной продукции.
--	---

35. Язык рекламных текстов и его особенности.
36. Товарные знаки, их функции, классификация.
37. Понятие фирменного стиля.
38. Защита интеллектуальной собственности в рекламе.
39. Понятие брендинга.
40. Понятие мегабренда.
41. Особенности брендинга как технологии создания фирменных товаров.
42. Понятие и принципы директ-маркетинга.
43. Отличие качественных и количественных исследований и их назначение в рекламе.
44. Направления аналитических работ в рекламе.
45. Цели и задачи конъюнктурного анализа в рекламной деятельности.
46. Цели и задачи конкурентного анализа в рекламной деятельности.
47. Цели и задачи сегментационного анализа в рекламной деятельности.
48. Понятие профилирования рекламной аудитории.
49. Цели и задачи медиаанализа в рекламной деятельности.
50. Понятие SWOT-анализа.
51. Классификация рекламных кампаний.
52. Понятие комплексной рекламной кампании.
53. "Оркестрирование" рекламной кампании.
54. Понятие и формат рекламной концепции.
55. Особенности рекламного творчества.
56. Понятие "вампиризма".
57. Формат задания на творческие разработки.
58. Визуальные и вербальные составляющие, структура и особенности рекламного обращения.
59. Понятия медиаплана и плана-графика. Задачи медиа- планирования.
60. Основные показатели, используемые в процессе медиа- планирования.
61. Понятия рейтинга, GRP, CPT, охвата.
62. Особенности презентации концепции и медиаплана рекламодателю.
63. Принципы организации рекламных агентств.
64. Понятия медиабайинга и медиасейлинга.
65. Понятие контактора, требования к его работе.
66. Понятия унификации рекламной продукции.
67. Принципы координации рекламных кампаний.
68. Принципы управления рекламными кампаниями.
69. Особенности международных рекламных кампаний.
70. Понятие и виды «сейлз-промоушн».
71. Значение прогностики в рекламе.
72. Виды регулирования рекламной деятельности.
73. Основные положения Закона РФ «О рекламе».
74. Российские организации, осуществляющие общественное регулирование, их функции.
75. Роль рекламы в защите отечественных товаров на рынке Российской Федерации.
76. 76. Оценка эффективности рекламных мероприятий.

Б1.В.ДВ.4.2 Основы рекламной деятельности

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- Тестирование
- Подготовка презентаций

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета в 3, 4 семестре, в форме экзамена в 5 семестре.

Текущий контроль

Примеры тестовых заданий (ситуаций)

1. Радиоролик – это:
 - а) информация, зачитываемая диктором
 - б) специально разработанный игровой радиосюжет, излагающий определенную информацию
 - в) тематическая радиопередача информационно-рекламного характераОтвет: б
2. Основную информацию в рекламе на радио необходимо дать в первые:
 - а) 15 секунд
 - б) 10 секунд
 - в) 30 секундОтвет: б
3. Последовательность в радиосообщении должна быть такой:
 - а) что, как, где
 - б) где, как, что
 - в) как, что, гдеОтвет: а
4. В рекламном объявлении на радио лучше использовать:
 - а) деловой стиль
 - б) сленг, жаргон
 - в) разговорный стильОтвет: в
5. Наиболее подходящее эфирное время для размещения ролика, целевой аудиторией которого является молодежь:
 - а) с 6.00 до 9.00
 - б) с 9.00 до 12.00
 - в) с 12.00 до 16.00
 - г) с 16.00Ответ: г
6. Наибольшего развития рекламные технологии достигли в:
 - А) Евросоюзе
 - Б) США
 - В) России
 - Г) Китае
 - Д) Японии

Ответ: б

7. К целям рекламы не относят:

- А) информирующую
- Б) увещательную
- В) развивающую
- Г) подкрепляющую
- Д) напоминающую

Ответ: в

8. Консьюмеризм – это:

- А) движение по защите от засилья рекламы
- Б) процесс производства рекламы на ТВ
- В) движение по защите прав потребителей

Ответ: в

9. Что относится к рекламным элементам:

- А) ТВ, радио
- Б) содержание, форма
- В) технический носитель
- Г) текст

Ответ: б

10. Многократное издание размером не более одного листа, рассчитанное на кратковременное использование, это:

- А) каталог
- Б) проспект
- В) брошюра
- Г) буклет

Ответ: г

11. На кого в большей степени воздействует реклама?

- А) людей с более высоким уровнем развития
- Б) людей с низким уровнем развития
- В) пенсионеров

Ответ: а

12. Стандартный рекламный ролик составляет:

- А) 10 сек.
- Б) 60 сек
- В) 30 сек
- Г) 15 сек.

Ответ: в

13. Для какого вида рекламы свойственно отсутствие конкретной целевой аудитории?

- А) ТВ
- Б) печатная реклама
- В) наружная реклама
- Г) радиореклама

Ответ: в

14. «Реклама» в переводе с латинского означает:

- а) торговля
- б) продажа
- в) выкрикивать
- г) продвижение

Ответ: в

15. В каком году был принят «закон о рекламе»:
А) 1991
Б) 1995
В) 1997
Г) 2002
Ответ: б
16. Какие передачи запрещено прерывать рекламой?
А) ток-шоу
Б) художественные фильмы
В) детские передачи
Г) новости
17. Сколько процентов площади экрана должна занимать бегущая строка?
А) 5 %
Б) 10 %
В) 7 %
Ответ: в
18. Размещение наружной рекламы требует разрешения:
А) ГИБДД
Б) специального территориального органа
В) федерального органа
19. Выберите верное определение: «Лицо, до которого доводится реклама с целью воздействия» –
А) рекламодатель
Б) рекламораспространитель
В) рекламопроизводитель
Г) потребитель рекламы
Ответ: г
20. К какому виду ненадлежащей рекламы относятся некорректные сравнения с товарами других производителей?
А) недобросовестная
Б) недостоверная
В) незтичная
Г) скрытая
Ответ: а
21. На какой вид внимания воздействует цвет и размер рекламируемого товара?
А) произвольное
Б) непроизвольное
В) слеппроизвольное
Ответ: б
22. Какой вид рекламы использует 25 кадр?

- А) заведомо ложная
 - Б) скрытая
 - В) недостоверная
 - Г) недобросовестная
- Ответ: б

23. Ведущий регулирующий орган в сфере рекламы:

- А) Федеральная торговая комиссия
 - Б) Комиссия по безопасности потребительских товаров
 - В) Международная торговая палата
- Ответ: а

24. Какое из этих средств в системе маркетинговых коммуникаций не относится к основным:

- А) реклама
 - Б) PR
 - В) прямой маркетинг
 - Г) выставки и ярмарки
 - Д) стимулирование сбыта
- Ответ: г

25. В каком году был принят международный кодекс рекламной практики?

- А) 1980
 - Б) 1990
 - В) 1986
- Ответ: в

26. Какое сочетание цветов, с точки зрения психологии рекламы, привлекает больше внимания мужчин?

- А) красно-желтый
 - Б) красно-синий
 - В) черно-белый
 - Г) сине-желтый
- Ответ: г

27. Контрреклама осуществляется:

- А) в связи с предстоящими выборами
 - Б) в случае установления факта нарушения закона
 - В) в случае, когда нужно сбыть товар в кратчайший срок
- Ответ: б

28. Какая реклама финансируется благотворительными учреждениями:

- А) коммерческая
 - Б) производственная
 - В) сбытовая
 - Г) некоммерческая
- Ответ: г

29. В современной трактовке коммуникации есть:

- А) ограничивающее конкуренцию соглашение между предприятиями
- Б) социально обусловленный процесс передачи информации и ее восприятие в условиях межличностного общения
- В) форма обеспечения обязательств предпринимателя

Ответ: б

30. Какие приемы для достижения своих целей использует коммерческая пропаганда?

- А) связь со СМИ
- Б) участие представителей фирмы в работе съездов и конференций
- В) организация всевозможных мероприятий событийного характера
- Г) все ответы верны

Ответ: г

31. Что представляет из себя система приемов, носящих кратковременный характер и направленных на поощрение покупки?

- А) коммерческая пропаганда
- Б) стимулирование сбыта
- В) посредничество
- Г) PR

Ответ: б

32. К какому термину подходит данное определение: «Неличностное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством публикаций на радио, ТВ или с помощью иных средств, не оплачиваемых спонсором»?

- А) реклама
- Б) стимулирование сбыта
- В) личная продажа
- Г) публицити
- Д) прямой маркетинг

Ответ: г

33. К какому рекламному средству относится каталог?

- А) наружная реклама
- Б) печатная реклама
- В) реклама в прессе
- Г) прямая почтовая реклама

Ответ: б

34. На какой тип адресатов направлены sales promotion?

- А) торговые посредники
- Б) потребители
- В) собственный торговый персонал
- Г) все ответы верны

Ответ: г

35. Какие из приемов поощрения не направлены на потребителей?

- А) скидки с цены
- Б) раздача образцов
- В) бонусные скидки
- Г) участие в распространении рекламы

Ответ: г

36. Определите эффективность рекламы (в %) при условии, что прирост прибыли фирмы составил 625 тыс. руб. Расходы на рекламу были следующие:

- прямая почтовая реклама: разослано 80 тыс. рекламных листовок (изготовление, печатание обошлось по 10

коп/шт, рассылка стоила 1 руб. за шт.

- телевизионная реклама: тариф за 1 мин. Демонстрации по ТВ стоит 7 тыс. руб. Заключен договор на 5 дней показа, причем каждый день реклама занимала в сумме 5 мин. Эфирного времени.

- рекламные объявления в прессе: тариф на 1 кв. см. газетной площади – 200 руб., объявления занимают общую площадь 120 кв. см.

Ответ: 217 %

37. Прибыль предприятия в течение 2010 года была устойчивой и в среднем составила 300 тыс. руб. в месяц. Была проведена рекламная кампания, которая обошлась в 130 тыс. руб., после чего прибыль удвоилась. Определите эффективность рекламной кампании (в %).

Ответ: 231 %

Тематика презентаций.

1. История возникновения визуальной рекламы.
2. Живописно-графическая реклама города (на конкретном примере).
3. Дизайн в создании визуальной рекламы г.Краснодара.
4. Носители, средства рекламы.
5. Особенности создания Интернет-рекламы.
6. Реклама в средствах массовой информации, печатная реклама.
7. Наружная реклама: преимущества и недостатки.
8. Имиджевая реклама в социально-культурной деятельности.
9. Рекламная кампания(на конкретном примере).
10. Виды телевизионной рекламы.
11. Реклама услуг.
12. Имидж гостиничного бизнеса.
13. Торговая марка и ее реклама.
14. Рынок международной рекламы.
15. Имиджевая реклама региона.
16. Визуальная реклама в социокультурной сфере.
17. Дизайн рекламы в социально-культурной сфере.
18. Визуальная политическая реклама.
19. Особенности рекламной деятельности в России.
20. Виды рекламы в прессе.
21. Международная реклама в визуальных коммуникациях.
22. Создание имиджевой рекламы КГУКИ
23. Реклама и общество

Промежуточный контроль

Вопросы к зачету по дисциплине в 3 семестре

1. Организация и деятельность рекламных кампаний .
2. Выбор средств распространения и носителей рекламы .
3. Особенности рекламной деятельности туристических фирм.
4. Позиционирование в рекламе.

5. Рекламная кампания и медиапланирование.
6. Психология восприятия цвета в рекламе.
7. Особенности современного рекламного процесса.
8. Брендинг как направление рекламной кампании.
9. Эффективность рекламы на телевидении.
10. Позиционирование бренда в рекламе.
11. Рекламные сувениры.
12. Эффективность рекламы в сети Интернет.
13. Творческая стратегия рекламной кампании.
14. Эффективность рекламы на ярмарках и выставках.
15. Подбор музыкального сопровождения в рекламе.
16. Международная реклама.
17. Основы разработки рекламных обращений.
18. Организация и деятельность рекламной кампании.
19. Особенности рекламы банковских услуг.
20. Рекламная деятельность промышленных предприятий.

Вопросы к зачету в 4 семестре

1. Современный рекламный рынок.
2. Наружная реклама в городском ландшафте (на примере г. Краснодара).
3. Юмор и карикатура в рекламе.
4. Текстовый образ при создании товарных знаков, логотипов и эмблем.
5. Образ в рекламе, и образные композиции в рекламной продукции.
6. Разработка наружной рекламы с использованием образа в шрифтовой композиции.
7. Особенности эффективной подачи рекламной информации в газетах и журналах.
8. Использование изобразительно – графических композиций в рекламе.
9. Особенности развития рекламы на мировом рынке.
10. Рекламные исследования.
11. Виды контроля рекламы
12. Аудит и мониторинг рекламы.
13. Экономическая оценка эффективности рекламы.
14. Оценка эффективности расходов на рекламу.
15. Компаративный анализ эффективности рекламы с конкурентами.
16. Основные формулы расчета эффективности рекламы.
17. Социально-психологическая оценка эффективности рекламы.
18. Портфельные испытания (метод портфеля объявлений).
19. Метод ранжирования.
20. Театральное тестирование (метод эксперимента).
21. Рыночное тестирование.
22. Тесты на узнаваемость, запоминаемость рекламы.

Вопросы к экзамену в 5 семестре

1. История возникновения и развития рекламы.
2. История развития рекламы в России. Современные проблемы функционирования российского рекламного рынка.

3. Роль и значение рекламы на современном этапе развития общества.
4. Основные понятия и наиболее важные статьи Федерального Закона «О рекламе».
5. Кодекс рекламной практики.
6. Влияние внешних и внутренних факторов на процесс восприятия рекламы потребителем. Особенности применения методов внушения и убеждения.
7. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Цвет, звук, форма, движение как средства воздействия на психику потребителя.
8. Понятие системы маркетинговых коммуникаций. Охарактеризовать основные средства маркетинговых коммуникаций.
9. Роль и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.
10. Прямой маркетинг как одно из наиболее эффективных средств маркетинговых коммуникаций. Директ-мэйл маркетинг. Перспективы развития прямого маркетинга в России и за рубежом.
11. Стимулирование сбыта как средство эффективного краткосрочного воздействия на поведение потребителей. Виды стимулирующих приемов.
12. Классификация рекламных средств. Выбор рекламных средств.
13. Достоинства и недостатки печатной рекламы. Виды печатной рекламы.
14. Особенности создания рекламы с помощью печатных материалов.
15. Аудиовизуальная реклама. Виды, черты, преимущества и недостатки.
16. Специфика производства рекламы на радио. Виды радиорекламы. Ее достоинства и недостатки.
17. Телевизионная реклама. Подготовка рекламной кампании на телевидении. Виды ТВ-рекламы.
18. Особенности проведения сегментации целевой аудитории с помощью эфирного времени и выбора канала. Концепция эффективного ТВ-ролика.
19. Преимущества и недостатки прямой почтовой рекламы. Базы адресов.
20. Выставки и ярмарки как одна из древнейших форм продвижения продукции. Процесс организации выставок.
21. Особенности и этапы процесса участия фирмы в выставке.
22. Виды и правила создания наружной рекламы. Современные технологии наружной рекламы, ее преимущества и недостатки.
23. Классификация сувенирной продукции. Особенности ее создания и распространения. Использование фирменной символики.
24. Цели и функции сувенирной рекламы.
25. Классификация витрин, способы их оформления. Значение дизайна витрин в коммерческой деятельности

	<p>магазинов.</p> <p>26. Интерактивная реклама. Реклама в Интернете. Списки рассылок. Понятие спама.</p> <p>27. Функции рекламных агентств, их виды. Организационная структура и должностные обязанности специалистов рекламного агентства.</p> <p>28. Основные этапы разработки рекламной кампании. Их классификация.</p> <p>29. Экономическая эффективность рекламы. Методы расчета эффективности, недостатки и достоинства этих методов.</p> <p>30. Способы оценки психологической эффективности рекламы. Приемы повышения её эффективности.</p>
<p>Б2.У .1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</p>	<p>Программой практики в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> прохождения практики производится в следующих формах: собеседование, индивидуальные консультации, групповые дискуссии, проверка самостоятельной работы, презентация разделов проектов</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> по результатам семестра по прохождению практики осуществляется в форме дифференцированного зачета на основании отчета обучающегося об учебной практике и отзыва руководителя практики.</p> <p>Отчет об учебной практике является отчетным документом о ее прохождении. Отчет о практике составляется на основании рабочей программы практики, индивидуального плана практики, дневника практики обучающегося.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Примерные задания для самостоятельной работы (по этапам практики)</p> <p><i>Подготовительный этап практики:</i></p> <p>определение проблематики и тематики художественно-творческого продукта и области их научно-аналитического сопровождения; разработка проблематики и тематики научно-исследовательских работ в рамках создания художественно-творческого продукта; разработка алгоритма выполнения художественно-творческого продукта, включая научно-аналитическую исследовательскую и прикладную его части</p> <p><i>Основной этап практики:</i></p> <p>проведение научных исследований, обработка результатов и их адаптация к разработке художественно-творческого продукта; выбор окончательного варианта художественно-творческого продукта на основе результатов проведенного научного исследования, разработка алгоритма выполнения художественно-творческого продукта, применение технологий реализации художественно-творческого продукта, выполнение окончательного варианта художественно-творческого</p>

продукта, включая научно-исследовательский и прикладной разделы.

Заключительный этап практики:

полное оформление документации по художественно-творческому продукту и подготовка к презентации его результатов и защите.

Вопросы для собеседования (по этапам практики)

Подготовительный этап практики:

1. Как определить проблематику разработки художественно-творческого продукта ?
2. Как определить проблему научного сопровождения художественно-творческого продукта (в сфере рекламы и визуальных коммуникаций)?
3. Какие критерии и технологии необходимо использовать при разработке и подготовке художественно-творческого продукта ?
4. Как адаптировать результаты осуществленных научных исследований к целям и задачам разработки художественно-творческого продукта в (сфере рекламы и визуальных коммуникаций)

Основной этап практики:

1. Какие научные результаты и критерии применены при выборе вариантов художественно-творческого продукта ?
2. Какие техники и методики использованы при выполнении окончательного варианта художественно-творческого продукта ?
3. Какие аналитические процедуры применялись при научно-исследовательском сопровождении выполнения художественно-творческого продукта ?
4. Как оценить полученные результаты?

Заключительный этап практики:

1. Какие результаты научного исследования сопровождения выполнения художественно-творческого продукта были получены?
2. Какие методологические подходы и методики были применены в проведенных научных исследованиях и почему?
3. Какие техники коммуникативного воздействия применены при разработке художественно-творческого продукта ?
4. Какие компьютерные программы были использованы при создании художественно-творческого продукта ?
5. Какие коммуникативные эффекты ожидаются в результате реализации проекта?
6. Какие социальные эффекты ожидаются в результате реализации проекта?

другие формы текущего контроля

публичные просмотры эскизных и окончательных вариантов художественно-творческого продукта на кафедре.

Промежуточная аттестация

	<p>Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.</p> <p>По окончании учебной практики студент обязан представить на кафедру отчет о прохождении практики защитить его в ходе публичной защиты с презентацией в PowerPoint.</p> <p>Отчет составляется каждым студентом лично. Общий объем отчета составляет 8 – 10 страниц форматом А 4, который должен быть скреплен в папке-скоросшивателе. Следует соблюдать поля: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм.</p> <p><u>Содержание отчета:</u></p> <p><i>Титульный лист (Приложение 1, с.13), Введение:</i> содержит тему, цели, задачи художественно-творческого продукта (в сфере рекламы и визуальных коммуникаций)и технологическое задание на его выполнение, перечень сопроводительных документов. <i>Основная часть:</i> содержит художественно-творческий продукт , выполненный студентом, и пакет сопроводительной документации.</p> <p><i>Заключение:</i> общие выводы о реализации поставленной цели и задач практики, самоанализ деятельности студента-практиканта с выводами и рекомендациями по профессиональному совершенствованию.</p> <p>Креативный проект, отчет и презентация предоставляются на диске формата CD, CD-R, CD-RW.</p>
<p>Б.2. П.1. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p>	<p>Программой практики в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p><i>Текущий контроль</i> прохождения практики производится в следующих формах: проверка самостоятельной работы, индивидуальные консультации, собеседование</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> по результатам семестра по прохождению 1 и 2 этапов производственной практики осуществляется на основании отчета обучающегося о производственной практике и отзыва руководителя практики в форме <i>дифференцированного зачета</i>.</p> <p>Отчет о производственной практике является отчетным документом о ее прохождении. Отчет о практике составляется на основании рабочей программы практики, индивидуального плана практики, дневника практики обучающегося.</p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Примерные задания для самостоятельной работы (по этапам практики)</p> <p><i>По подготовительному разделу 1 этапа:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - составить примерный план исследования теоретической проблемы / составить примерный план научного анализа коммуникативной деятельности предприятия (организации) в области рекламы и визуальных коммуникаций; составить аналитический библиографический обзор научной литературы по изучаемой проблеме; провести сбор эмпирического материала по проблеме <p><i>По подготовительному разделу 2 этапа:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - разработать стратегию подготовки аналитической и прикладной части ВКР;

По основному разделу 1 этапа:

для обучающихся, выполняющих научно-теоретические исследования:

- провести исследование методологических подходов к исследованию теоретической научной проблемы;
- подготовить первый вариант первой главы выпускной квалификационной работы;

для обучающихся, выполняющих прикладное научное исследование:

- проведение эмпирических исследований по базе практики;
- сбор материалов для выпускной квалификационной работы;
- анализ применения прикладных технологий из области рекламы и визуальных коммуникаций на предприятии (в организации);
- подготовка и написание научных текстов по исследуемой проблеме, - подготовка текста первой главы выпускной квалификационной работы
- составить аналитическую записку о деятельности организации, являющейся базой производственной практики;
- проанализировать визуальную среду организации-базы практики;
- описать коммуникационную политику базовой организации;
- вести дневник производственной практики;
- подбирать материалы для отчета по 1 этапу производственной практики.

По основному разделу 2 этапа:

для обучающихся, выполняющих научно-теоретические исследования:

- провести теоретические исследования собранного эмпирического материала;
- провести всесторонний анализ теоретической проблемы по теме ВКР
- научный анализ собранных эмпирических материалов для подготовки текста выпускной квалификационной работы;
- подготовка 1-го варианта текста ВКР;

для обучающихся, выполняющих прикладное научное исследование:

- подобрать документацию и иные материалы к ВКР;
- разработать предложения по совершенствованию деятельности предприятия /организации в области рекламы и визуальных коммуникаций;
- регулярно вести дневник производственной практики;

По заключительному разделу 1 этапа:

- оформить дневник практики, составить отчет о прохождении 1 этапа производственной практики.

По заключительному разделу 2 этапа:

- подобрать и оформить материалы для ВКР;
- подобрать и оформить материалы к отчету о 2-м этапе производственной практики;
- подготовиться к защите отчета по 2-му этапу производственной практики;
- завершить подготовку чернового варианта ВКР.

Вопросы для собеседования (по этапам практики)

По подготовительному разделу 1 этапа практики:

для обучающихся, выполняющих научно-теоретические исследования:

- определение объекта, предмета, целей и задач исследования научной проблемы;
- стратегия и тактика научного исследования;
- виды научных исследований;
- технологии формирования аннотированной библиографии по проблеме;
- основные методологические подходы к научно-исследовательским разработкам;

для обучающихся, выполняющих прикладное научное исследование:

- определение объекта, предмета, целей и задач исследования прикладной научной проблемы;
- стратегия и тактика научного исследования прикладной научной проблемы;
- форма собственности и организационная структура базового предприятия /организации;
- коммуникационная политика базовой организации.

По подготовительному разделу 2 этапа:

для обучающихся, выполняющих научно-теоретические исследования:

- какие исследовательские процедуры необходимо выполнить для разработки второй части ВКР;
- какие материалы необходимы для подготовки второй части ВКР;

для обучающихся, выполняющих прикладное научное исследование:

- какие материалы необходимы для подготовки прикладной части ВКР;
- какие вопросы необходимо уточнить по теме ВКР в процессе прохождения 2 этапа практики

По основному разделу 1 этапа:

для обучающихся, выполняющих научно-теоретические исследования:

- основные подходы к анализу методологических аспектов научно-теоретического исследования;
- методики научно-теоретических исследований в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- методика подготовки научного текста в теоретическом исследовании;

для обучающихся, выполняющих прикладное научное исследование:

- основные формы коммуникативной деятельности или услуг базовой организации;
- ценовая политика базового предприятия/организации;
- предприятия/ организации партнеры базового предприятия/организации;
- целевые аудитории визуальной коммуникативной политики базовой организации.

По основному разделу 2 этапа:

для обучающихся, выполняющих научно-теоретические исследования:

- научно-теоретический анализ собранного эмпирического материала;
- подготовка 1-го варианта второй главы выпускной квалификационной работы;

для обучающихся, выполняющих прикладное научное исследование:

- основные виды источников, собранные во время практики для написания ВКР;
- доступные финансовые показатели коммуникативной деятельности предприятия / организации.

По заключительному разделу 1 этапа:

- актуальность темы выпускной квалификационной работы, степень изученности темы выпускной квалификационной работы;
- структура выпускной квалификационной работы;
- литература и источники текста выпускной квалификационной работы.

По заключительному разделу 2 этапа:

- проблемы по источникам для ВКР;
- проблемы по подготовке отчета к публичной защите.

Другие формы текущего контроля

Индивидуальные консультации

Промежуточная аттестация

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

В структуре компетенции выделяют следующие компоненты:

- «знаниевый компонент» (знание академической области, способность знать и понимать);
- «ценностный компонент» (ценностные ориентации личности и мотивация к решению профессиональных задач);
- «деятельностный компонент» (практическое и оперативное применение знаний к конкретной ситуации).

Виды профессиональной деятельности, осваиваемой в процессе прохождения того или иного раздела практики, подразделяются на:

- **пороговый уровень**, который дает обучающемуся общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач;

- **базовый уровень**, позволяет обучающемуся решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам;

- **повышенный уровень** обучающегося предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

В качестве планируемых результатов обучения для конкретного этапа (уровня) освоения компетенции выделяются следующие **категории**: «знать», «уметь» и «владеть» (навыком, методом, способом, технологией пр.), под которыми понимается следующее:

- «знать» – воспроизводить и объяснять учебный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;

- «уметь» – решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;

- «владеть» – решать усложненные задачи на основе приобретенных знаний, умений и навыков, с их применением в нетипичных ситуациях, формируется в процессе получения опыта деятельности. Вместо термина «владеть» могут быть применены другие термины («в состоянии продемонстрировать» и др.).

Категория знать: Показатели усвоения знаний содержат описание действий, отражающих работу с информацией, выполнение различных мыслительных операций: воспроизведение, понимание, анализ, сравнение, оценку и др. При формулировке данных показателей можно воспользоваться таксономией Б. Блума. Глаголы-опоры помогают правильно описать результаты обучения.

Категория уметь: Показатели для проверки освоения умений содержат требования к выполнению отдельных действий и/или операций. Для формулировки показателей можно использовать глаголы *рассчитать, построить, показать, решить, подготовить, выбрать и т.п.*

Категория владеть: Наименования данных результатов обучения включают характеристику навыков, приобретенных в процессе решения профессиональных задач.

	<p>Формулировка результатов обучения должна четко соотноситься с уровнями освоения компетенции и с основными этапами процесса усвоения знаний.</p> <p>Следует избегать сложных предложений, использования неясных и неопределенных терминов: <i>быть знакомыми, проинформированными, быть в курсе и др.</i> Недопустимо также дублировать общее определение описываемой компетенции.</p> <p>Результаты обучения должны быть видимыми и измеримыми. Обобщенное, нечеткое описание категории может в дальнейшем вызвать затруднения в ее оценке, и, напротив, излишне детализированная формулировка потребует проведения дополнительных процедур измерения степени сформированности данного результата обучения.</p> <p>Прописывая результат обучения необходимо помнить о реальности его достижения в рамках изучаемых программ, учитывать количество часов, отведенных на конкретные дисциплины.</p> <p>Следующий этап — выделение критериев оценки результатов обучения (дескрипторов). Особое внимание необходимо обратить на корректность описания дескрипторов. Важно, чтобы формулировки однозначно трактовали границы критериев и поясняли, каким образом можно достигнуть более высокой степени сформированности определенного результата обучения.</p> <p>Технология дифференциации требований и создания формулировок дескрипторов может выглядеть следующим образом:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Для каждого результата обучения необходимо выделить 5 критериев, соответствующих степени сформированности данной категории. 2. Эталонный (планируемый) параметр будет соответствовать критерию 5 по шкале оценки (точность, правильность, соответствие). 3. Критерии 1-4 — показатели степени отклонения от эталона. Так, критерий 1 обозначает, что соответствующий результат обучения не достигнут (<i>неспособен, не знает и т.д.</i>). Критерий 3 описывает минимальный приемлемый уровень сформированности результата, т. е. эталонный параметр проявляется частично (<i>допускает ошибки и т.д.</i>). <p>Критерии сдачи зачета Полное и качественное выполнение всех видов заданий по практике, положительный отзыв руководителя практики и положительная характеристика;</p>
<p>Б2.П.2 Научно-исследовательская работа</p>	<p>Программой практики в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.</p> <p>Текущий контроль обучения и оценочные средства</p> <p><i>Диагностирующий контроль</i> основными компонентами диагностики сформированности компетенций студентов в ходе научно-исследовательской работы являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультации студентов по вопросам организации и проведения научно-исследовательской работы; - диагностирующий контроль в ходе выполнения студентом индивидуального задания по научно-исследовательской работе; - оценка уровня освоения профильных компетенций научно-исследовательской работы <p>Текущий контроль осуществляется по результатам выполнения промежуточных этапов алгоритмов научно-исследовательской работы студентами</p>

	<p><i>Промежуточная аттестация</i> по результатам семестра по прохождению практики осуществляется в форме дифференцированного зачета на основании отчета студента по научно-исследовательской работе.</p> <p>Отчет о научно-исследовательской работе является-написание научной статьи.</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p>Требования к содержанию написания научно-исследовательской (практической) работы.</p> <p>Во вводной части должны быть обоснованы актуальность и целесообразность разработки темы (научной проблемы или задачи). В основной части статьи необходимо раскрыть исследуемые проблемы, пути их решения, обоснования возможных результатов, их достоверность. В заключительной части – подвести итог, сформулировать выводы, рекомендации, указать возможные направления дальнейших исследований.</p> <p>В обзоре должны быть проанализированы, сопоставлены и выявлены наиболее важные и перспективные направления развития науки (практики), ее отдельных видов деятельности, явлений, событий и пр. Материал должен носить проблемный характер, демонстрировать противоречивые взгляды на развитие научных (практических) знаний, содержать выводы, обобщения, итоговые выводы.</p>
Б.2. П.3. Преддипломная практика	<p>Текущий контроль обучения и оценочные средства</p> <p><i>Текущий контроль</i> прохождения практики производится в следующих формах: проверка самостоятельной работы, индивидуальные консультации, собеседование</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> по результатам прохождению практики осуществляется на основании отчета обучающегося о производственной практике и отзыва руководителя практики и окончательного варианта текста ВКР–дифференцированного зачета.</p> <p>Отчет о преддипломной практике является отчетным документом о ее прохождении. Отчет о практике составляется на основании рабочей программы практики, индивидуального плана практики, дневника практики обучающегося.</p> <p>Оценочные средства для текущего контроля обучения</p> <p>Примерные задания для самостоятельной работы (по этапам практики) <i>для обучающихся, выполняющих научно-теоретические исследования:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - завершить научно-теоретического исследование выбранной для темы ВКР проблемы в рамках требований к содержанию ВКР; <p><i>для обучающихся, выполняющих прикладное научное исследование:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - описать и проанализировать коммуникационную политику базового предприятия/организации; <p>Вопросы для собеседования (по этапам практики) <i>По подготовительному разделу 1 этапа:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - уточнить с научным руководителем объект, предмет, цели, задачи и структуру ВКР, методологию и методику

исследования;

- изучить требования к технике безопасности на конкретном производственном объекте;

По основному разделу :

для обучающихся, выполняющих научно-теоретические исследования:

- основные дискуссионные моменты, которые были исследованы в рамках научно-теоретического исследования;

- какой методологический подход к научно-теоретическому исследованию проблемы был избран и почему?

- какие материалы эмпирических исследований были использованы и почему?

для обучающихся, выполняющих прикладное научное исследование:

- проанализировать основные виды работ в коммуникационном менеджменте на базовом предприятии/организации;

- изучить основные виды продуктов или услуг базового предприятия/организации;

- выяснить ценовую политику базового предприятия/организации;

- определить и проанализировать предприятия/ организации партнеры базового предприятия/организации;

- провести SWOT-анализ деятельности базового предприятия/организации;

- выявить и проанализировать целевые аудитории базового предприятия/организации;

По заключительному разделу:

Подготовить документы по практике и окончательный текст ВКР, текст доклада и презентацию в инфографике

Другие формы текущего контроля

Индивидуальные консультации с научным руководителем ВКР

Промежуточная аттестация и оценочные средства

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

В структуре компетенции выделяют следующие компоненты:

- «знаниевый компонент» (знание академической области, способность знать и понимать);
- «ценностный компонент» (ценностные ориентации личности и мотивация к решению профессиональных задач);
- «деятельностный компонент» (практическое и оперативное применение знаний к конкретной ситуации).

Виды профессиональной деятельности, осваиваемой в процессе прохождения того или иного раздела учебной практики, подразделяются на:

- **пороговый уровень**, который дает обучающемуся общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач;

-базовый уровень, позволяет обучающемуся решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам;

-повышенный уровень обучающегося предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

В качестве планируемых результатов обучения для конкретного этапа (уровня) освоения компетенции выделяются следующие **категории**: «знать», «уметь» и «владеть» (навыком, методом, способом, технологией пр.), под которыми понимается следующее:

- «знать» – воспроизводить и объяснять учебный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;
- «уметь» – решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;
- «владеть» – решать усложненные задачи на основе приобретенных знаний, умений и навыков, с их применением в нетипичных ситуациях, формируется в процессе получения опыта деятельности. Вместо термина «владеть» могут быть применены другие термины («в состоянии продемонстрировать» и др.).

Категория знать: Показатели усвоения знаний содержат описание действий, отражающих работу с информацией, выполнение различных мыслительных операций: воспроизведение, понимание, анализ, сравнение, оценку и др. При формулировке данных показателей можно воспользоваться таксономией Б. Блума. Глаголы-опоры помогают правильно описать результаты обучения.

Категория уметь: Показатели для проверки освоения умений содержат требования к выполнению отдельных действий и/или операций. Для формулировки показателей можно использовать глаголы *рассчитать, построить, показать, решить, подготовить, выбрать и т.п.*

Категория владеть: Наименования данных результатов обучения включают характеристику навыков, приобретенных в процессе решения профессиональных задач.

Формулировка результатов обучения должна четко соотноситься с уровнями освоения компетенции и с основными этапами процесса усвоения знаний.

Следует избегать сложных предложений, использования неясных и неопределенных терминов: *быть знакомыми, проинформированными, быть в курсе и др.* Недопустимо также дублировать общее определение описываемой компетенции.

Результаты обучения должны быть видимыми и измеримыми. Обобщенное, нечеткое описание категории может в дальнейшем вызвать затруднения в ее оценке, и, напротив, излишне детализированная формулировка потребует проведения дополнительных процедур измерения степени сформированности данного результата обучения.

Прописывая результат обучения необходимо помнить о реальности его достижения в рамках изучаемых программ, учитывать количество часов, отведенных на конкретные дисциплины.

Следующий этап — выделение **критериев** оценки результатов обучения (дескрипторов). Особое внимание необходимо обратить на корректность описания дескрипторов. Важно, чтобы формулировки однозначно трактовали границы критериев и поясняли, каким образом можно достигнуть более высокой степени сформированности определенного результата обучения.

Технология дифференциации требований и создания формулировок дескрипторов может выглядеть следующим образом:

1. Для каждого результата обучения необходимо выделить 5 критериев, соответствующих степени сформированности данной категории.
2. Эталонный (планируемый) параметр будет соответствовать критерию 5 по шкале оценки (точность, правильность, соответствие).

3. Критерии 1-4 — показатели степени отклонения от эталона. Так, критерий 1 обозначает, что соответствующий результат обучения не достигнут (*неспособен, не знает и т.д.*). Критерий 3 описывает минимальный приемлемый уровень сформированности результата, т. е. эталонный параметр проявляется частично (*допускает ошибки и т.д.*).

Критерии сдачи зачета

Полное и качественное выполнение всех видов заданий по практике, положительный отзыв руководителя практики и положительная характеристика;

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С ОПИСАНИЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Уровни освоения компетенций :

- *базовый* - как обязательный для всех обучающихся;
- *продвинутой* - превышение минимальных характеристик сформированности компетенций;
- *высокий* - - максимально возможная выраженность компетенций.

Недостижение обучающимся критериев базового уровня освоения компетенции характеризуется как «неудовлетворительно»

КОМПЕТЕНЦИЯ готовностью к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способностью к поиску и анализу информации, постановки цели и выбору путей ее достижения (ОК-1)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: <u>основные термины и основные понятия гуманитарных наук и искусства; о роли научного познания в формировании мировоззрения и исследовании явлений социальной и культурной жизни; основные этапы развития гуманитарных наук и искусства; базовые научные категории и концепции в сфере гуманитарных наук и искусства; базовые принципы поиска и анализа информации; базовые принципы установления причинно-следственных взаимосвязей явлений и процессов; методы реализации стратегии и управленческих решений организаций и предприятий в сфере культуры и искусства; базовые алгоритмы выполнения задач по достижению целей и оценке эффективности достигнутых результатов.</u></p> <p>Уметь: <u>применять научную терминологию; использовать базовые методы определения объекта, предмета, целей и задач исследования явлений социальной и культурной жизни; применять основными принципами научно-прикладного исследования, включая базовые методики эвристики, герменевтики и компаративного анализа; использовать базовые алгоритмы реализации решений и оценки эффективности достигнутых результатов</u></p>	Философия История искусств Основы государственной культурной политики РФ Основы научно-исследовательской деятельности История рекламы Имиджелогия	2-4 2-4 1-2 3 1 1

	<p>Владеть: <u>основами научной терминологии в области искусства и гуманитарных наук, методикой определения объекта, предмета, целей и задач научно-прикладного исследования явлений социальной и культурной жизни и их научно-прикладного анализа; базовыми методиками в эвристики, герменевтики и компаративного анализа; базовыми алгоритмами реализации решений и оценки эффективности достигнутых результатов.</u></p>	<p>Теория и практика связей с общественностью</p>	<p>7-8</p>
<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знать: <u>термины и понятия гуманитарных наук и искусства; роль и функции научного познания в формировании мировоззрения и исследовании явлений социальной и культурной жизни; этапы развития гуманитарных наук и искусства и их характеристики; научные категории и концепции в сфере гуманитарных наук и искусства; методы поиска и анализа информации; принципы установления причинно-следственных взаимосвязей явлений и процессов; концептуальные подходы и методы реализации стратегии и управленческих решений организаций и предприятий в сфере культуры и искусства; алгоритмы выполнения задач по достижению целей и оценке эффективности достигнутых результатов.</u></p> <p>Уметь: <u>применять научную терминологию; использовать различные методологические подходы и методы определения актуальности темы, объекта, предмета, целей и задач исследования явлений социальной и культурной жизни; применять методологию и методику научно-прикладного исследования, включая методологию и методики эвристики, герменевтики и компаративного анализа; использовать различные модели реализации решений и оценки эффективности достигнутых результатов</u></p> <p>Владеть: <u>научной терминологией в области искусства и гуманитарных наук, методологией и методикой определения объекта, предмета, целей и задач научно-прикладного исследования явлений социальной и культурной жизни и их научно-прикладного анализа; методологией и методиками в эвристике, герменевтике и компаративном научно-прикладном анализе сложных объектов; различными моделями реализации решений и оценки эффективности достигнутых результатов.</u></p>	<p>Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</p>	<p>4</p>
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: <u>термины, понятия и современные концепции гуманитарных наук и искусства; роль и функции научного познания в формировании мировоззрения и исследовании явлений социальной и культурной жизни; этапы, процессы и современные тенденции развития гуманитарных наук и искусства и их характеристики; научные категории и концепции в сфере гуманитарных наук и искусства; методологию и методы поиска и анализа информации; методологию и методы установления причинно-следственных взаимосвязей явлений и процессов; современные концептуальные подходы и методы</u></p>		

	<p><u>принятия и реализации стратегии и управленческих решений организаций и предприятий в сфере культуры и искусства; методологию и методику выполнения задач по достижению целей и оценке эффективности достигнутых результатов.</u></p> <p>Уметь:</p> <p><u>оперировать абстрактными понятиями и категориями, выявлять и анализировать взаимосвязи взаимообусловленности явлений; выявлять и оперировать диалектическими противоречиями свойств объекта или явления; применять методологию и методику обобщения, анализа и синтеза сложных объектов и явлений; создавать и оперировать отвлеченными моделями; использовать различные методологические подходы и методы определения актуальности темы, объекта, предмета, целей и задач научно-теоретического и научно-прикладного исследования явлений социальной и культурной жизни; применять методологию и методику научно-теоретического и научно-прикладного исследования, включая методологию и методики научной эвристики, герменевтики и компаративного анализа; использовать современные модели и методы принятия и реализации решений в деятельности организаций и предприятий в сфере культуры и искусства и оценки эффективности достигнутых результатов, включая проведение специальных исследований; продуцировать и применять новые знания на основе проведенного анализа; использовать в своей деятельности труды отечественных и зарубежных ученых, включая работы на иностранных языках.</u></p> <p>Владеть:</p> <p><u>способностью оперировать абстрактными понятиями и категориями, методологией и методикой обобщения, анализа и синтеза сложных объектов и явлений;</u></p> <p><u>методологией и методикой применения полученных в результате анализа сложных объектов и явлений в практической профессиональной деятельности; современной научной терминологией в области искусства и гуманитарных наук, методологией и методикой определения объекта, предмета, целей и задач научно-теоретического и научно-прикладного исследования явлений социальной и культурной жизни и их научно-прикладного анализа; методологией и методиками в эвристике, герменевтике и компаративном научно-прикладном анализе сложных объектов; различными моделями принятия и реализации решений и оценки эффективности достигнутых результатов организаций и предприятий в сфере культуры и искусства.</u></p>		
--	--	--	--

КОМПЕТЕНЦИЯ готовность уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия, в том числе и при работе в коллективе, способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: основные принципы общечеловеческих норм этики и морали; основные принципы поликультурности; основные принципы кросскультурного взаимодействия; базовые закономерности исторического процесса и основы их анализа; основные принципы уважения исторического и культурного наследия; основные нормы корпоративного поведения при работе в коллективе; базовые принципы формирования и репрезентации гражданской позиции.</p> <p>Уметь: использовать в социальном взаимодействии основных принципов общечеловеческих норм этики и морали; опираться в социальном взаимодействии на основные принципы поликультурности и толерантности; учитывать в процессах социального, в том числе и кросскультурного, взаимодействия основных принципов уважения исторического и культурного наследия; понимать и использовать в профессиональной деятельности основные закономерности исторического процесса и результаты его анализа; формировать и развивать базовые ценности гражданской культуры и уметь выражать свою гражданскую позицию в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: основными принципами социального взаимодействия; основными принципами социального, в том числе и кросскультурного, взаимодействия с учетом уважения исторического и культурного наследия, принципов поликультурности и толерантности, основными законами исторического развития и закономерностями исторического процесс, базовыми принципами и методами их анализа и использованием их в профессиональной деятельности, базовыми ценностями гражданской культуры.</p>	<p>История</p> <p>История искусств</p> <p>Основы государственной культурной политики Российской Федерации</p> <p>История рекламы</p>	<p>1-3</p> <p>2-4</p> <p>1-2</p> <p>1-2</p>
Продвинутый (хорошо)	<p>Знать: законы исторического развития, их проявления в многообразии исторического развития, методiku их анализа; принципы межличностного и межкультурного социального взаимодействия с учетом понимания роли и значения исторического и культурного наследия, уважения этнокультурных традиций в кросс-культурном взаимодействии, принципы социальной гражданской ответственности;</p> <p>Уметь:</p>		

	<p>использовать закономерности исторического развития и методы их анализа в практической профессиональной деятельности в коллективе; понимать место и роль исторических традиций и исторического и культурного наследия в социальном, в том числе и кросс-культурном взаимодействии, занимать активную гражданскую позицию в общественной и профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: законами исторического развития и методами их анализа, методами формирования активной гражданской позиции, бережного отношения к историческим и культурным традициям, их использования в процессах социального взаимодействия, в том числе и кросс-культурного в поликультурных коллективах.</p>		
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: <u>законы исторического развития, их проявления в многообразии исторического развития, методологию и методику их анализа; принципы межличностного и межкультурного социального взаимодействия с учетом понимания роли и значения исторического и культурного наследия, уважения этнокультурных традиций в кросс-культурном взаимодействии, принципы социальной гражданской ответственности;</u></p> <p>Уметь: использовать закономерности исторического развития, методологию и методы их анализа в практической профессиональной деятельности в коллективе; понимать место и роль исторических традиций и исторического и культурного наследия в социальном, в том числе и кросс-культурном взаимодействии, занимать активную гражданскую позицию в общественной и профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: законами исторического развития, методологией и методами их анализа, методологией и методами формирования активной гражданской позиции, бережного отношения к историческим и культурным традициям, их использования в процессах социального взаимодействия, в том числе и кросс-культурного в поликультурных коллективах.</p>		

КОМПЕТЕНЦИЯ способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры

		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	Знать: основы современной экономической науки, механизмы функционирования рынка и финансовой системы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции, основы финансового анализа, особенности маркетингового анализа, основы бухгалтерского учета; особенности ценообразования на ресурсных рынках; цели, методы и инструменты макроэкономической политики государства, содержание фискальной, денежно-кредитной, антиинфляционной и антициклической политики государства; основные формы международных экономических отношений и тенденции интеграционных процессов в мировой экономике; Уметь: аргументировано оценивать важнейшие события в социально-экономической жизни общества и государственной экономической политике; использовать основные методы экономической науки при оценке перспектив деятельности организаций и предприятий в сфере культуры и искусства; применять в профессиональной деятельности основные категории и методы экономических наук, включая основы макро-и микроэкономики, основы финансовой и кредитно-денежной политики, основы маркетинга, основы предпринимательской деятельности Владеть: основами экономического и маркетингового анализа, основами бухгалтерского учета, основами предпринимательской деятельности в сфере культуры и искусства	Предпринимательство и проектная деятельность	5-6
		Основы экономики и управления в профессиональной деятельности	5-7
		Основы рекламного маркетинга	1
		Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	4
Продвинутый (хорошо)	Знать: <u>принципы современной экономической науки, механизмы функционирования рынка и финансовой системы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции, принципы и методы финансового анализа, методы маркетингового анализа, основы бухгалтерского учета; особенности ценообразования на ресурсных рынках; цели, методы и инструменты макроэкономической политики государства, содержание фискальной, денежно-кредитной, антиинфляционной и антициклической политики государства; основные формы международных экономических отношений и тенденции интеграционных процессов в мировой экономике.</u> Уметь: <u>аргументировано оценивать различные концепции в области современного социально-экономического развития и государственной и региональной экономической политики, процессы в социально-экономической жизни общества; использовать методы экономической науки при оценке перспектив деятельности организаций и предприятий в сфере культуры и искусства; применять в профессиональной деятельности методологические подходы и методы экономических наук, включая области макро-и микроэкономики, область финансовой и кредитно-денежной политики, основы маркетинга, основы предпринимательской деятельности.</u> Владеть: <u>методами экономического и маркетингового анализа, принципами и методами бухгалтерского учета, принципами предпринимательской деятельности в сфере культуры и искусства.</u>		
Высокий (отлично)	Знать: <u>методологию и методы современной экономической науки, механизмы функционирования рынка и финансовой системы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции, методологию и</u>		

	<p><u>методы финансового анализа, методологию и методы маркетингового анализа, принципы и методы бухгалтерского учета; методологию и методику анализа ценообразования на ресурсных рынках; цели, методы и инструменты, функции макроэкономической политики государства, содержание фискальной, денежно-кредитной, антиинфляционной и антициклической политики государства; доминирующие формы международных экономических отношений и тенденции интеграционных процессов в мировой экономике.</u></p> <p>Уметь: <u>аргументировано оценивать различные концепции и методологические подходы в области современного социально-экономического развития и государственной и региональной экономической политики, процессы в социально-экономической жизни общества; использовать методологию и методы экономической науки при оценке перспектив деятельности организаций и предприятий в сфере культуры и искусства; применять в профессиональной деятельности методологические подходы и методы экономических наук, включая области макро-и микроэкономики, область финансовой и кредитно-денежной политики, основы маркетинга, основы предпринимательской деятельности.</u></p> <p>Владеть: <u>методологией и методами экономического, финансового и маркетингового анализа, принципами и методами бухгалтерского учета, принципами и технологиями организации предпринимательской деятельности в сфере культуры и искусства</u></p>		
--	---	--	--

КОМПЕТЕНЦИЯ способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: основы права; базовые принципы применения основ гражданского и административного права в практической профессиональной деятельности; базовые особенности права и правоприменения в сфере культуры и искусств; основы международно-правовых норм в сфере культуры и искусства.</p> <p>Уметь: применять базовые знания в области основ права в жизни и практической профессиональной деятельности; применять базовые принципы законодательства в сфере культуры и искусства в профессиональной деятельности, применять базовые принципы основ международно-правовых</p>	Основы права Основы государственной культурной политики Российской Федерации Практика по получению первичных	5 1-2 4

	<p>норм в сфере культуры и искусства.</p> <p>Владеть: базовыми принципами применения правовых норм в практической профессиональной деятельности; основными особенностями правоприменения принципов законодательства в сфере культуры и искусства; базовыми принципами права и правоприменения основ международно-правовых норм в сфере культуры и искусства.</p>	профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	
<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знать: основы права; методологические принципы применения основ гражданского и административного права в практической профессиональной деятельности; методологические особенности права и правоприменения в сфере культуры и искусств; основы международно-правовых норм в сфере культуры и искусства.</p> <p>Уметь: применять знания в области основ права в жизни и практической профессиональной деятельности; применять принципы законодательства в сфере культуры и искусства в профессиональной деятельности, применять принципы основ международно-правовых норм в сфере культуры и искусства.</p> <p>Владеть: принципами применения правовых норм в практической профессиональной деятельности; основными особенностями правоприменения принципов законодательства в сфере культуры и искусства; принципами основ международного права и правоприменения <u>основ международно-правовых норм в сфере культуры и искусства.</u></p>		
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: основы права; методологические принципы применения гражданского и административного права в практической профессиональной деятельности; методологические особенности права и правоприменения в сфере культуры и искусств; международно-правовые норм в сфере культуры и искусства.</p> <p>Уметь: применять знания в области права в жизни и практической профессиональной деятельности; применять принципы законодательства в сфере культуры и искусства в профессиональной деятельности, применять принципы международного права в сфере культуры и искусства.</p> <p>Владеть: применением правовых норм в практической профессиональной деятельности; особенностями правоприменения принципов законодательства в сфере культуры и искусства; принципами международного права и правоприменения международно-правовых норм в сфере культуры и искусства.</p>		

КОМПЕТЕНЦИЯ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: основы русского языка и культуры речи; основы иностранного языка; специфику артикуляции звуков, нормативное произношение, транскрипцию, интонацию, основные правила чтения, ритм нейтральной речи в изучаемом языке; основные речевые формы высказывания: повествование, описание, монолог, диалог, рассуждение; грамматический минимум: грамматический строй, основы грамматики и необходимых грамматических конструкций, а также грамматической функции на уровне морфологии и синтаксиса; базовую лексику общего иностранного языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также базовую терминологию своей специальности; отдельные аспекты страны изучаемого языка в рамках предлагаемых программой сфер общения и тематики (об образе жизни, традициях, истории, культуре, экономике и политике страны изучаемого языка).</p> <p>Уметь: использовать знания русского языка и культуры речи межличностной и деловой коммуникации в устной и письменной форме; адекватно воспринимать иностранную речь в монологической и диалогической форме, а также принимать высказывания профессионального характера на иностранном языке; принимать участие в беседе на общие и профессиональные темы в ситуациях повседневного и делового общения; читать и переводить со словарем, в том числе и специальную профессиональную литературу</p> <p>Владеть: морфологией и синтаксисом русского языка; грамотно выстроенной устной и письменной речью на русском языке; культурой речевой коммуникации на русском языке, основами делового общения на русском языке; основами грамматики и фонетики иностранного языка; навыками разговорно-бытовой речи (владеть нормативным произношением, ритмом речи и применять их для повседневного общения) иностранного языка; навыками деловой устной и письменной коммуникации на иностранном языке в профессиональной сфере и применения полученных знаний к решению задач профессиональной деятельности;</p>	Иностранный язык	1-3
		Русский язык и культура речи	1-2
		Интегрированные коммуникации	4-6
		Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	4
Продвинутый (хорошо)	<p>Знать: грамматику и синтаксис русского языка; жанры коммуникации на русском языке; культуру речи русского языка; риторические приемы русского языка; основы иностранного языка; специфику артикуляции звуков, нормативное произношение, транскрипцию, интонацию, основные правила чтения, ритм нейтральной речи в изучаемом языке; основные речевые формы высказывания: повествование, описание, монолог, диалог, рассуждение; грамматический минимум: грамматический строй, основы грамматики и необходимых грамматических конструкций, а также грамматической функции на уровне морфологии и синтаксиса; базовую лексику общего иностранного языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также базовую</p>		

	<p>терминологию своей специальности; отдельные аспекты страны изучаемого языка в рамках предлагаемых программой сфер общения и тематики (об образе жизни, традициях, истории, культуре, экономике и политике страны изучаемого языка);</p> <p>Уметь: использовать в профессиональной деятельности знание русского и иностранного языка; адекватно воспринимать иностранную речь в монологической и диалогической форме, а также принимать высказывания профессионального характера на иностранном языке; составлять диалог в связи с содержанием текста; принимать участие в беседе на общие и профессиональные темы в ситуациях повседневного и делового общения; сообщить информацию в рамках страноведческой, общенаучной и общеспециальной тематики; сравнивать и обсуждать различные аспекты национальной культуры в рамках предлагаемых программой сфер общения и тематики; реферировать, аннотировать и переводить со словарем тексты по выбранной специальности; составлять сообщения, доклады, рефераты, презентации, тезисы прочитанного текста; работать с литературой: художественной, учебной, страноведческой, научно-популярной, научной, справочной, специальной; читать с различными целями специальную литературу, иметь опыт ознакомительного и изучающего чтение; фиксировать и анализировать информацию, полученную при чтении;</p> <p>Владеть: навыками деловой устной и письменной коммуникации на русском и иностранном языках в профессиональной сфере и применения полученных знаний к решению задач профессиональной деятельности; всеми видами чтения (изучающим, ознакомительным, поисковым) литературы разных функциональных стилей и жанров; языком разных жанров литературы по специальности лексическим минимумом в объеме 4000 учебных лексических единиц общего и терминологического характера; грамматическими навыками, обеспечивающими коммуникацию общего характера без искажения смысла при письменном и устном общении; основными навыками письма, а также языком деловой переписки, являющейся неотъемлемой частью делового общения в пределах изученного языкового материала; необходимой скоростью чтения про себя; навыками разговорно-бытовой речи (владеть нормативным произношением, ритмом речи и применять их для повседневного общения).</p>		
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: грамматику, фонетику, морфологию и синтаксис русского и иностранного языков, культуру речи русского языка; специальную профессиональную лексику, культурно-исторические особенности страны изучаемого языка, основные формы и виды бытовой и профессиональной коммуникации и языковой этикет; специфическую профессиональную лексику.</p> <p>Уметь: вести устную и письменную коммуникацию на бытовые, социальные и профессиональные темы, подготавливать статьи, аннотации, рефераты и документацию на русском и иностранном языке.</p> <p>Владеть: культурой речи русского языка; активно основными формами устной и письменной коммуникации на русском и иностранном языке, бытовой, общественной и профессиональной лексикой в объеме свыше 4000 учебных лексических единиц, знать культуру и историю материнской страны иностранного языка, владеть различными формами коммуникативного речевого этикета</p>		

КОМПЕТЕНЦИЯ способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-6)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: основные направления возможностей саморазвития и самореализации, основные виды и направления деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства</p> <p>Уметь: выявлять у себя основные направления возможностей саморазвития и самореализации, использовать основные виды и направления профессиональной деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства</p> <p>Владеть: основными методами самодиагностики индивидуальных способностей, направлений саморазвития и самореализации, основными формами деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства.</p>	<p>Философия</p> <p>История</p> <p>Иностранный язык</p> <p>Русский язык и культура речи</p> <p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>3-4</p> <p>1-3</p> <p>1-3</p> <p>1-2</p> <p>1</p>
Продвинутый (хорошо)	<p>Знать: методы самодиагностики в сфере выявления возможностей саморазвития и самореализации, основные виды и направления профессиональной деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства</p> <p>Уметь: использовать методы самодиагностики в сфере выявления возможностей саморазвития и самореализации, основные виды и направления профессиональной деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства</p> <p>Владеть: методами самодиагностики в сфере выявления возможностей саморазвития и самореализации, основными видами, формами и направлениями профессиональной деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства</p>	<p>Психология</p> <p>Предпринимательство и проектная деятельность</p> <p>Педагогика</p> <p>Создание художественно-творческого продукта</p> <p>Физическая культура и спорт</p>	<p>2</p> <p>5-6</p> <p>3</p> <p>2-4</p> <p>1-4</p>
Высокий (отлично)	<p>Знать: методологию и методику самодиагностики в сфере выявления возможностей саморазвития и самореализации личного потенциала в области профессиональной деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства</p> <p>Уметь: применять в практической деятельности методологию и методику самодиагностики в сфере выявления возможностей саморазвития и самореализации, методологию и методику видов, форм и направлений профессиональной деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства</p>	<p>Элективные курсы по физической культуре и спорту</p> <p>Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе</p>	<p>2-6</p> <p>4</p>

	<p>Владеть: методологией и методикой самодиагностики выявления возможностей саморазвития и самореализации, методологией и методикой формирования и развития различных видов, форм и направлений профессиональной деятельности в области гуманитарных наук и искусства.</p>	<p>первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</p>	
--	---	---	--

КОМПЕТЕНЦИЯ способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
<p>Базовый (удовлетворительно)</p>	<p>Знать: основы свойств и функций человеческого организма, их связи с поддержанием физического здоровья и трудовой активности, основные комплексы физических упражнений и нормы оценки результатов по их применению.</p> <p>Уметь: применять основные комплексы физических упражнений и нормы оценки результатов по их применению для поддержания физического здоровья и трудовой активности.</p> <p>Владеть: основными комплексами физических упражнений и нормами оценки результатов по их применению для поддержания физического здоровья и трудовой активности.</p>	<p>Физическая культура и спорт</p> <p>Элективные курсы по физической культуре и спорту</p>	<p>1-4</p> <p>2-6</p>
<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знать: различные формы и виды физических комплексов поддержания физического здоровья и физической активности для совершенствования физического состояния организма и различных форм социальной активности.</p> <p>Уметь: применять различные формы и виды физических комплексов поддержания физического здоровья и физической активности для совершенствования физического состояния организма и различных форм социальной активности.</p> <p>Владеть: различными формами и видами физических комплексов поддержания физического здоровья и физической активности для совершенствования физического состояния организма и различных форм социальной активности.</p>		

<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: различные формы и виды физических комплексов поддержания физического здоровья и физической активности для совершенствования физического состояния организма и различных форм социальной активности, целенаправленно заниматься одним из видов спорта;</p> <p>Уметь: применять различные формы и виды физических комплексов поддержания физического здоровья и физической активности для совершенствования физического состояния организма и различных форм социальной активности, использовать занятия одним или несколькими видами спорта в целях индивидуального физического совершенствования</p> <p>Владеть: различными формами и видами физических комплексов поддержания физического здоровья и физической активности для совершенствования физического состояния организма и различных форм социальной активности, использовать занятия одним или несколькими видами спорта в целях индивидуального физического совершенствования</p>		
-------------------------------------	---	--	--

КОМПЕТЕНЦИЯ способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
(ОК-8)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: основы определения чрезвычайных ситуаций, основные меры по их предотвращению и преодолению их последствий, основные методы оказания первой помощи пострадавшим.</p> <p>Уметь: применять основные принципы определения чрезвычайных ситуаций, основные меры по их предотвращению и преодолению их последствий, основные методы оказания первой помощи пострадавшим.</p> <p>Владеть: основными принципами определения чрезвычайных ситуаций, основными мерами по их предотвращению и преодолению их последствий, основными методами оказания первой помощи пострадавшим.</p>	Безопасность жизнедеятельности	1
Продвинутый (хорошо)	<p>Знать: методы диагностики чрезвычайных ситуаций, методы их предотвращения и преодоления их последствий, методы оказания первой помощи пострадавшим.</p> <p>Уметь: применять методы диагностики чрезвычайных ситуаций, методы их предотвращения и преодоления их последствий, методы оказания первой помощи пострадавшим.</p> <p>Владеть: методами диагностики чрезвычайных ситуаций, методами их предотвращения и преодоления их последствий, методами оказания первой помощи пострадавшим.</p>		

<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: классификацию и диагностику чрезвычайных ситуаций, алгоритмы действия по их предотвращению, снижению рисков, действий в условиях ЧС и преодолению их последствий, различные основной спектр методов по оказанию первой помощи пострадавшим и взаимодействия с местными органами власти и МЧС;</p> <p>Уметь: применять на практике классификацию и диагностику чрезвычайных ситуаций, алгоритмы действия по их предотвращению, снижению рисков, действий в условиях ЧС и преодолению их последствий, основной спектр методов по оказанию первой помощи пострадавшим и взаимодействия с местными органами власти и МЧС;</p> <p>Владеть: методологией и методикой классификации и диагностики чрезвычайных ситуаций, алгоритмами действия по их предотвращению, снижению рисков, действий в условиях ЧС и преодолению их последствий, основной спектр методов по оказанию первой помощи пострадавшим и взаимодействия с местными органами власти и МЧС.</p>		
-------------------------------------	---	--	--

КОМПЕТЕНЦИЯ способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-1)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: основы институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте; основы динамики процессов эволюции историко-культурного контекста; основы анализа институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте/.</p> <p>Уметь: понимать специфику и институциональный статус, роль и функции различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте; основы динамики процессов эволюции историко-культурного контекста; осуществлять анализ институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте/.</p> <p>Владеть: методикой анализа институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте/.</p>	Создание художественно-творческого продукта	2-4
		История искусств	2-4
Продвинутый (хорошо)	<p>Знать: Методологию изучения институционального статуса, специфики, роль и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте; динамику процессов эволюции историко-культурного контекста; методологию методик анализа институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте/.</p> <p>Уметь: анализировать специфику и институциональный статус, роль и функции роль различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное</p>	Основы государственной культурной политики Российской Федерации	1-2
		Фотографика	1-2
		Разработка и технологии производства рекламного продукта	4-5
		Визуальные коммуникации в городской среде	2-3
		Копирайтинг	5-6
		Коммуникативистика и медиапланирование	7-8
Публичное экспонирование визуальных объектов	7-8		
Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах	4-6		
Теория и практика	4-6		

	<p>искусство, литература) в историко-культурном контексте; анализировать динамику процессов эволюции историко-культурного контекста; применять методику исследования институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте/.</p> <p>Владеть: методологией и методикой анализа институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте/.</p>	<p>социальной рекламы</p> <p>Теория и практика рекламы</p> <p>Основы рекламной деятельности</p> <p>Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе научно-исследовательской деятельности</p> <p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p>	<p>4-5</p> <p>4-5</p> <p>4</p> <p>6</p>
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: методологию и методику изучения институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте и в системе социальной-культурной сферы жизни общества; методологию и методику исследования динамики и направления процессов эволюции историко-культурного контекста; методологию исследования различных видов искусства</p> <p>Уметь: применять методологию и методику анализа специфики и институционального статусу, роль и функции роль различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте; анализировать динамику процессов эволюции историко-культурного контекста; применять методику исследования институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте/.</p> <p>Владеть: методологией и методикой анализа институционального статуса, специфики, роли и функций различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте/; методологией и методикой анализа динамики процессов эволюции историко-культурного контекста.</p>		

КОМПЕТЕНЦИЯ способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: виды социального взаимодействия; уровни социального взаимодействия; основные концепции социального взаимодействия; методы анализа социального взаимодействия.</p> <p>Уметь: выделять виды и уровни социального взаимодействия; основные концептуальные подходы к анализу социального взаимодействия; применять базовые методы анализа различных уровней социального взаимодействия.</p> <p>Владеть: базовыми методами анализа видов и уровней социального взаимодействия.</p>	Философия	3-4
		История	1-3
Продвинутый (хорошо)	<p>Знать: концептуальные подходы к анализу уровней социального взаимодействия; методы анализа различных уровней социального взаимодействия.</p> <p>Уметь: применять базовые методы эвристики для поиска репрезентативных источников по вопросам социального взаимодействия различных уровней; осуществлять обоснованный выбор и применять методы анализа уровней социального взаимодействия; применять методы анализа сетевых форм социального взаимодействия.</p> <p>Владеть: основным корпусом отечественной научной литературы по анализу уровней социального взаимодействия; методами эвристики, системного, институционального и семиотического анализа, герменевтики применительно к анализу различных уровней социального взаимодействия субъектов социальных процессов.</p>	Педагогика	3
		Основы научно-исследовательской работы	3
		Интегрированные коммуникации	4-6
		Основы теории коммуникации	1
		Основы рекламного маркетинга	1
		История рекламы	1-2
		Имиджелогия	1
		Фотография	1-2
Высокий (отлично)	<p>Знать: отечественные и зарубежные концептуальные подходы к анализу уровней социального взаимодействия; методологию и методы анализа различных уровней социального взаимодействия.</p> <p>Уметь: применять методы научной эвристики для поиска репрезентативных и</p>	Инфографика	3-4
		Технологии визуальных коммуникаций	4-6
		Разработка и технологии производства рекламного продукта	4-5

	<p>релевантных источников по вопросам социального взаимодействия различных уровней; осуществлять обоснованный выбор и применять методологию и методы анализа уровней социального взаимодействия; применять методологию и методы анализа сетевых форм социального взаимодействия.</p> <p>Владеть: основным корпусом отечественной и зарубежной научной литературы по проблемам анализа уровней социального взаимодействия; методологией и методами научной эвристики, системного, институционально-функционального и семиотического анализа, герменевтики применительно к анализу различных уровней социального взаимодействия субъектов социальных процессов.</p>	<p>Мультимедиа в современных коммуникациях</p> <p>Визуальные коммуникации в городской среде</p> <p>Исследования в рекламной деятельности</p> <p>Копирайтинг</p> <p>Теория и практика рекламного дизайна</p> <p>Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях</p> <p>Звук в жанрах медиа</p> <p>Коммуникативистика и медиапланирование</p> <p>Публичное экспонирование визуальных объектов</p> <p>Менеджмент рекламы и визуальных коммуникаций</p> <p>Информационные технологии и smm-продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях</p> <p>Информационные технологии в визуальных социальных проектах</p> <p>Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах</p>	<p>6</p> <p>2-3</p> <p>5</p> <p>5-6</p> <p>7</p> <p>8</p> <p>7</p> <p>7-8</p> <p>7-8</p> <p>7</p> <p>4-6</p> <p>4-6</p> <p>4-6</p>
--	---	--	--

		Теория и практика социальной рекламы	6-8
		Креативное проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях	6-8
		Теория и практика рекламы	4-5
		Основы рекламной деятельности	4-5
		Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	4
		Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	6

КОМПЕТЕНЦИЯ способность к осмыслению текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы и пониманию различий между ними, обусловленных этой природой (ОПК-3);

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	

<p>Базовый (удовлетворительно)</p>	<p>Знать: основные принципы жанрообразования; основные концептуальные подходы к тексту – лингвистический, культурологический, семиотический, коммуникативный; основные методы анализа и интерпретации текстов различных жанров.</p> <p>Уметь: определять жанр текста, анализировать и интерпретировать текст в рамках основных концептуальных подходов к тексту – лингвистического, культурологического, семиотического, коммуникативного; соотносить анализируемый текст с историко-культурным контекстом.</p> <p>Владеть: методами определения жанровой природы текстов; базовыми методами анализа и интерпретации текстов.</p>	<p>Иностранный язык</p> <p>Интегрированные коммуникации</p> <p>Основы теории коммуникации</p> <p>Разработка и технологии производства рекламного продукта</p>	<p>1-3</p> <p>4-6</p> <p>1</p> <p>4-5</p>
<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знать: принципы жанрообразования; отечественные и зарубежные концептуальные подходы к тексту – лингвистический, культурологический, семиотический, коммуникативный; методы анализа и интерпретации текстов различных жанров и видов.</p> <p>Уметь: определять жанровую природу текста, использовать различные методики анализа и интерпретации текста в рамках основных концептуальных подходов к тексту – лингвистического, культурологического, семиотического, коммуникативного; анализировать текст в системе социально-коммуникативного контекста.</p> <p>Владеть: методами определения жанровой природы текстов; методами анализа и интерпретации текстов в рамках соотнесения их с социально-коммуникативным и социально-культурным контекстом.</p>	<p>Визуальные коммуникации в городской среде</p> <p>Копирайтинг</p> <p>Звук в жанрах медиа</p> <p>Креативное проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях</p>	<p>2-3</p> <p>5-6</p> <p>7</p> <p>6-8</p>
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: принципы и формы жанрообразования; отечественные и зарубежные концептуальные подходы к тексту – лингвистический, культурологический, семиотический, коммуникативный; методологию и методику анализа и интерпретации текстов различных жанров и видов, включая креолизованные тексты.</p> <p>Уметь: определять жанровую природу текста, использовать различные методологии и методики анализа и интерпретации текста, включая и креолизованные тексты, в рамках основных концептуальных подходов к тексту – лингвистического, культурологического, семиотического, коммуникативного; анализировать текст в системе социального контекста различных сфер человеческой деятельности.</p> <p>Владеть: методологией и методами определения жанровой природы текстов; методологией и методами анализа и интерпретации текстов в рамках соотнесения их с широким социальным контекстом; методологией и методикой анализа креолизованных текстов.</p>	<p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p>	<p>6</p>

--	--	--	--

КОМПЕТЕНЦИЯ способность использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	Знать: основные предметные области, базовые функции и методы социальных и гуманитарных наук; базовые области использования положений и методов социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач. Уметь: определять области применения базовых положений и методов социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач. Владеть: основными концепциями и методами применения базовых положений и методов социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач	Философия	3-4
		Психология	2
Продвинутый (хорошо)	Знать: предметные области, функции и методы социальных и гуманитарных наук; предметные области использования концептуальных положений и методов	Педагогика	3
		Создание художественно-творческого продукта	2-4
		Основы государственной культурной политики Российской Федерации	1-2
		Основы научно-исследовательской работы	3

	<p>социальных и гуманитарных наук при решении профессиональных задач; основные работы отечественных ученых в области социальных и гуманитарных наук для использования содержащихся в них положений и выводов при решении социальных и профессиональных задач.</p> <p>Уметь: определять области применения концептуальных положений и методов социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач; использовать выводы, содержащиеся в основных работах отечественных ученых при решении социальных и профессиональных задач.</p> <p>Владеть: основными концепциями и методами применения основных положений и методов социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач.</p>	<p>Интегрированные коммуникации</p> <p>Основы экономики и управления в профессиональной деятельности</p> <p>Основы теории коммуникации</p> <p>Основы рекламного маркетинга</p>	<p>4-6</p> <p>5-7</p> <p>1</p> <p>1</p>
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: предметные области, функции, методологические подходы и методы социальных и гуманитарных наук; предметные области использования концептуальных положений и методов социальных и гуманитарных наук при решении профессиональных задач; основные работы отечественных и зарубежных ученых в области социальных и гуманитарных наук для использования содержащихся в них положений и выводов при решении социальных и профессиональных задач.</p> <p>Уметь: определять области применения концептуальных положений, методологий и методов социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач; использовать выводы, содержащиеся в основных работах отечественных и зарубежных ученых при решении социальных и профессиональных задач.</p> <p>Владеть: концепциями, методологическими подходами и методами применения основных положений и методов социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач.</p> <p>Предпринимательство и проектная деятельность Коммуникативистика и медиапланирование</p>	<p>Имиджелогия</p> <p>Разработка и технологии производства рекламного продукта</p> <p>Мультимедиа в современных коммуникациях</p> <p>Эвент-технологии в рекламе</p> <p>Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах</p> <p>Теория и практика социальной рекламы</p> <p>Креативное проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях</p> <p>Теория и практика рекламы</p> <p>Основы рекламной деятельности</p> <p>Практика по получению</p>	<p>1</p> <p>4-5</p> <p>6</p> <p>7</p> <p>2-3</p> <p>4-6</p> <p>6-8</p> <p>4-5</p> <p>4-5</p> <p>4</p>

		<p>первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</p> <p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p>	6
--	--	---	---

КОМПЕТЕНЦИЯ способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий, а также с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-5)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	Знать: основные положения и принципы применения информационно-коммуникативных технологий в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки; основные положения и принципы применения базовых методов библиографической науки в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки; основные требования информационной безопасности при использовании информационно-коммуникативных технологий в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки. Уметь: использовать основные программные продукты и методы их применения в работе с информационно-коммуникативными технологиями в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач; основные методы библиографического поиска и описания при решении стандартных	Создание художественно-творческого продукта	2-4
		Основы научно-исследовательской работы	3
		Интегрированные коммуникации	4-6
		Информационные системы и технологии	1-4
		Основы теории коммуникации	1
		Фотография	1-2

	<p>профессиональных задач в рамках профиля подготовки; основные антивирусные программы и основные технологии обеспечения информационной безопасности при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Владеть: основными программными продуктами и методами использования информационно-коммуникативных технологий в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач; основными методами библиографии при решении стандартных профессиональных задач в сфере профиля подготовки; основными программными продуктами и методами обеспечения информационной безопасности при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки.</p>	<p>Инфографика 3-4</p> <p>Разработка и технологии производства рекламного продукта 4-5</p> <p>Мультимедиа в современных коммуникациях 6</p> <p>Теория и практика рекламы 4-5</p>	
<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знать: положения, принципы и методы применения информационно-коммуникативных технологий в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки; положения, принципы и методы применения технологий библиографической науки в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки; программные продукты и требования информационной безопасности при использовании информационно-коммуникативных технологий в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Уметь: использовать программные продукты и методы их применения в работе с информационно-коммуникативными технологиями в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач; методы библиографического поиска и описания при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки; антивирусные программы и принципы и методы обеспечения информационной безопасности при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Владеть: программными продуктами и методами использования информационно-коммуникативных технологий в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач; принципами и методами библиографии при решении стандартных профессиональных задач в сфере профиля подготовки; программными продуктами и методами обеспечения информационной безопасности при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки.</p>	<p>Основы рекламной деятельности 4-5</p> <p>Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности 4</p> <p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 6</p>	

<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: положения, методологию и методы применения информационно-коммуникативных технологий в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки; положения, методологию и методы применения технологий библиографической науки в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки; программные продукты, требования информационной безопасности и методы ее обеспечения при использовании информационно-коммуникативных технологий в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Уметь: использовать программные продукты, методологию и методы их применения в работе с информационно-коммуникативными технологиями в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач; методологию и методы библиографического поиска и описания при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки; антивирусные программы и методологию и методы обеспечения информационной безопасности при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Владеть: программными продуктами, методологией и методами использования информационно-коммуникативных технологий в сфере профиля подготовки при решении стандартных профессиональных задач; методологией и методами библиографии при решении стандартных профессиональных задач в сфере профиля подготовки; программными продуктами, методологией и методами обеспечения информационной безопасности при решении стандартных профессиональных задач в рамках профиля подготовки.</p>		
-------------------------------------	---	--	--

КОМПЕТЕНЦИЯ способность ставить и решать образовательные и педагогические задачи в процессе обучения (ПК-1)

<p>Уровни освоения компетенции</p>	<p>Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания</p>	<p>Компетенция формируется следующими дисциплинами</p>	
		<p>Наименование дисциплин</p>	<p>Семестры</p>
		<p align="center"><i>(указываются последовательно)</i></p>	

<p>Базовый (удовлетворительно)</p>	<p>Знать: базовые принципы и методы педагогики\$ основные принципы использования педагогики и психологии в профессиональной деятельности при решении стандартных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Уметь: использовать основные принципы педагогики в профессиональной деятельности при решении стандартных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Владеть: базовыми принципами и методами педагогикб; основными принципами и технологиями педагогики при использовании для решения стандартных задач в области профессиональной деятельности в рамках профиля подготовки.</p>	<p>Педагогика</p>	<p>3</p>
<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знать: принципы и методы педагогики; принципы и методы использования педагогики в профессиональной деятельности при решении стандартных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Уметь: использовать принципы и методы педагогики в профессиональной деятельности при решении стандартных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Владеть: принципами и методами педагогики; методами применения принципов и технологий педагогики при решении стандартных задач в области профессиональной деятельности в рамках профиля подготовки.</p>		
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: основные концепции педагогической науки; методологию и методы педагогики; методологию и методы использования педагогики в профессиональной деятельности при решении стандартных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Уметь: использовать методологию и методы педагогики в профессиональной деятельности при решении стандартных задач в рамках профиля подготовки.</p> <p>Владеть: методологией и методами педагогики; методами применения принципов и технологий педагогики при решении стандартных задач в области профессиональной деятельности в рамках профиля подготовки.</p>		

КОМПЕТЕНЦИЯ способность организовывать творческую и (или) исследовательскую деятельность в организациях, осуществляющих образовательную деятельность (ПК-2)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: базовые принципы и методы организации творческой и научной деятельности в рамках профиля подготовки в организациях, осуществляющих образовательную деятельность.</p> <p>Уметь: использовать базовые принципы и методы организации творческой и научной деятельности в рамках профиля подготовки в организациях, осуществляющих образовательную деятельность.</p> <p>Владеть: базовыми принципами и методами организации творческой и научной деятельности в рамках профиля подготовки в организациях, осуществляющих образовательную деятельность.</p>	<p>Фотографика</p> <p>Эвент-технологии в рекламе</p>	<p>1-2</p> <p>7</p>
Продвинутый (хорошо)	<p>Знать: принципы и методы организации творческой и научной деятельности в рамках профиля подготовки в организациях, осуществляющих образовательную деятельность.</p> <p>Уметь: использовать принципы и методы организации творческой и научной деятельности в рамках профиля подготовки в организациях, осуществляющих образовательную деятельность.</p> <p>Владеть: принципами и методами организации творческой и научной деятельности в рамках профиля подготовки в организациях, осуществляющих образовательную деятельность.</p>		
Высокий (отлично)	<p>Знать: методологию и методы организации творческой и научной деятельности в рамках профиля подготовки в организациях, осуществляющих образовательную деятельность.</p> <p>Уметь: применять методологию и методы организации творческой и научной деятельности в рамках профиля подготовки в организациях, осуществляющих образовательную деятельность.</p> <p>Владеть:</p>		

	методологией и методами организации творческой и научной деятельности в рамках профиля подготовки в организациях, осуществляющих образовательную деятельность.		
--	--	--	--

КОМПЕТЕНЦИЯ способность применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-3)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: основные принципы и методы проведения научных исследований на основе применения полученных знаний в области искусств и гуманитарных наук в области гуманитарного знания, междисциплинарных областей и искусств в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Уметь: реализовывать на практике основные принципы и методы проведения научных исследований на основе применения полученных знаний в области искусств и гуманитарных наук в области гуманитарного знания, междисциплинарных областей и искусств в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Владеть: основными принципами и методами проведения научных исследований на основе применения полученных знаний в области искусств и гуманитарных наук в области гуманитарного знания, междисциплинарных областей и искусств в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p>	Основы научно-исследовательской работы	3
		История рекламы	1-2
Продвинутый (хорошо)	<p>Знать: принципы и методы проведения научных исследований на основе применения полученных знаний в области искусств и гуманитарных наук в области гуманитарного знания, междисциплинарных областей и искусств в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Уметь: реализовывать на практике принципы и методы проведения научных исследований на основе применения полученных знаний в области искусств и гуманитарных наук в области гуманитарного знания, междисциплинарных областей и искусств в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Владеть: принципами и методами проведения научных исследований на основе</p>	Исследования в рекламной деятельности	5
		Теория и практика рекламного дизайна	7
		Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях	8
		Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	4
		Научно-исследовательская работа	7
Преддипломная практика	8		
Государственная итоговая аттестация	8		

	<p>применения полученных знаний в области искусств и гуманитарных наук в области гуманитарного знания, междисциплинарных областей и искусств в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p>		
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: принципы организации научно-исследовательской деятельности в сфере профиля подготовки; методологию и методы проведения научных исследований на основе применения полученных знаний в области искусств и гуманитарных наук в области гуманитарного знания, междисциплинарных областей и искусств в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Уметь: реализовывать на практике методологические подходы и методы проведения научных исследований на основе применения полученных знаний в области искусств и гуманитарных наук в области гуманитарного знания, междисциплинарных областей и искусств в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Владеть: методологией и методами проведения научных исследований на основе применения полученных знаний в области искусств и гуманитарных наук в области гуманитарного знания, междисциплинарных областей и искусств в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p>		

КОМПЕТЕНЦИЯ способность проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной области искусств и гуманитарных наук (ПК-4)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: сферы применения и базовые методы локальных научных исследований в конкретных областях искусств и гуманитарных наук; базовые алгоритмы организации научных исследований и технологии научной деятельности под научным руководством в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Уметь: определять сферы применения и базовые методы локальных научных исследований в конкретных областях искусств и гуманитарных наук; применять основные алгоритмы организации научных исследований и технологии научной деятельности под научным руководством в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Владеть: основными алгоритмами организации научных исследований и технологиями научной деятельности под научным руководством в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p>	Основы научно-исследовательской работы	3
		Исследования в рекламной деятельности	5
Продвинутый (хорошо)	<p>Знать: сферы применения и методы локальных научных исследований в конкретных областях искусств и гуманитарных наук; алгоритмы организации и технологии научной деятельности под научным руководством в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Уметь: определять сферы применения, выделять актуальные научные проблемы, определять объект, предмет, цели и задачи локального научного исследования и методы локальных научных исследований в конкретных областях искусств и гуманитарных наук; применять алгоритмы организации научных исследований и технологии научной деятельности под научным руководством в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Владеть:</p>	Коммуникативистика и медиапланирование	7-8
		Научно-исследовательская работа	7
		Преддипломная практика	8
		Государственная итоговая аттестация	8

	<p>алгоритмами организации научных исследований и методами проведения научных исследований под научным руководством в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p>		
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: сферы применения, методологию и методы локальных научных исследований в конкретных областях искусств и гуманитарных наук; методологию использования алгоритмов организации и технологии научной деятельности под научным руководством в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Уметь: определять сферы применения, выделять актуальные научные проблемы, определять объект, предмет, цели и задачи локального научного исследования, выбирать методологию и методы локальных научных исследований в конкретных областях искусств и гуманитарных наук; методологию и методы применения алгоритмов организации научных исследований и технологии научной деятельности под научным руководством в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p> <p>Владеть: методологией определения алгоритмов организации научных исследований и методологией и методами проведения научных исследований под научным руководством в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки.</p>		

КОМПЕТЕНЦИЯ владение навыками подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, знанием основных библиографических источников и поисковых систем (ПК-5)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	Знать: базовые принципы и методы подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемы библиографического описания, основные библиографические источники и поисковые системы. Уметь: применять в профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки базовые принципы и методы подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемы библиографического описания, использовать основные библиографические источники и поисковые системы. Владеть: методами использования в профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки базовыми принципами подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, принципами использования основных библиографических источников и поисковых систем.	Основы научно-исследовательской работы	3
		Информационные системы и технологии	1-4
		Исследования в рекламной деятельности	5
		Информационные технологии и smm-продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях	4-6
		Информационные технологии в визуальных социальных проектах	4-6
Продвинутый (хорошо)	Знать: принципы и методы подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемы библиографического описания, основные библиографические источники и поисковые системы. Уметь: применять в профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки принципы и методы подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемы библиографического описания, использовать библиографические источники и поисковые системы. Владеть: методами использования в профессиональной деятельности в соответствии с	Научно-исследовательская работа	7
		Преддипломная практика	8
		Государственная итоговая аттестация	8

	<p>профилем подготовки принципами и методами подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, принципами и методами использования основных библиографических источников и поисковых систем.</p>		
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: методологию и методику подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемы библиографического описания, библиографические источники и поисковые системы.</p> <p>Уметь: применять в профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки методологию и методику подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемы библиографического описания, использовать библиографические источники и поисковые системы.</p> <p>Владеть: методологией и методикой использования в профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и аннотированных библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, методологией и методикой использования основных библиографических источников и поисковых систем.</p>		

КОМПЕТЕНЦИЯ владение навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")) представления материалов собственных научных исследований (ПК-6);

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	Знать: базовые принципы подготовки результатов научно-прикладных исследований к представлению в публичных выступлениях, в сообщениях и докладах; общие принципы подготовки к публикации в СМИ и Интернет результатов научно-прикладных исследований, выступлений с сообщениями на научно-прикладные темы; общие принципы участия в научных дискуссиях по научно-прикладным проблемам; общие принципы подготовки презентаций материалов, содержащих результаты собственных научно-прикладных исследований и научно-прикладных исследований коллег. Уметь: излагать с применением научной терминологии результаты собственных научно-прикладных исследований и научно-прикладных исследований коллег; излагать дискуссионные точки зрения и аргументировать собственные выводы и выводы коллег, полученные в результате проведения научно-прикладных исследований; готовить материалы научно-прикладных исследований к сообщениям, выступлениям и докладам, публикации в научных и профессиональных периодических изданиях и к электронным публикациям в электронных СМИ и на специализированных сайтах. Владеть: основами подготовки результатов научно-прикладных исследований в форме выступлений, докладов, статей; основными принципами аргументации, общими принципами ведения дискуссий, основами подготовки материалов научно-прикладных исследований к публикации в СМИ и электронных СМИ.	Основы научно-исследовательской работы	3
		Информационные системы и технологии	1-4
		Мультимедиа в современных коммуникациях	6
		Исследования в рекламной деятельности	5
		Информационные технологии и smm-продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях	4-6
		Научно-исследовательская работа	7
		Преддипломная практика	8
Продвинутый (хорошо)	Знать: Принципы и методы подготовки результатов научно-прикладных исследований к представлению в публичных выступлениях, в сообщениях и докладах, научных статьях; принципы и методы подготовки к публикации в СМИ и Интернет результатов научно-прикладных исследований, выступлений с сообщениями на научно-прикладные темы; принципы и формы участия в научных дискуссиях по научно-прикладным проблемам; принципы и методы подготовки презентаций материалов, содержащих результаты собственных	Государственная итоговая аттестация	8

	<p>научно-прикладных исследований и научно-прикладных исследований коллег.</p> <p>Уметь: излагать с использованием научной терминологии результаты собственных научно-прикладных исследований и научно-прикладных исследований коллег; излагать дискуссионные точки зрения и аргументировать собственные выводы и выводы коллег, полученные в результате проведения научно-прикладных исследований; готовить материалы научно-прикладных исследований к публичному представлению в сообщениях, выступлениях и докладах, публикации в научных и профессиональных периодических изданиях и к электронным публикациям в электронных СМИ и на специализированных сайтах.</p> <p>Владеть: принципами и методами подготовки результатов научно-прикладных исследований в форме выступлений, докладов, статей; принципами и методами аргументации, подготовки и проведения ведения дискуссий, методами подготовки материалов научно-прикладных исследований к публикации в СМИ и электронных СМИ.</p>		
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: методологию и методы подготовки результатов научно-теоретических и научно-прикладных исследований к представлению в публичных выступлениях, в сообщениях и докладах, научных статьях; методологию и методы подготовки к публикации в СМИ и Интернет результатов научно-теоретических и научно-прикладных исследований, выступлений с сообщениями на научно-прикладные темы; методологию, формы и методы участия в научных дискуссиях по научно-теоретическим и научно-прикладным проблемам; методологию и методы подготовки презентаций материалов, содержащих результаты собственных научно-теоретических и научно-прикладных исследований и научно-теоретических и научно-прикладных исследований коллег.</p> <p>Уметь: излагать с использованием научной терминологии результаты собственных научно-теоретических и научно-прикладных исследований и научно-теоретических и научно-прикладных исследований коллег; излагать дискуссионные точки зрения и аргументировать собственные выводы и выводы коллег, полученные в результате проведения научно-теоретических и научно-прикладных исследований; готовить материалы научно-теоретических и научно-прикладных исследований к публичному представлению в сообщениях, выступлениях и докладах, публикации в научных и профессиональных периодических изданиях и к электронным публикациям в электронных СМИ и на специализированных сайтах.</p> <p>Владеть: методологией и методами подготовки результатов научно-теоретических и научно-прикладных исследований в форме выступлений, докладов, статей;</p>		

	методологией и методами аргументации, подготовки и проведения ведения дискуссий, методологией и методами подготовки материалов научно-теоретических и научно-прикладных исследований к публикации в СМИ и электронных СМИ.		
--	--	--	--

КОМПЕТЕНЦИЯ способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	<p>Знать: теоретические основы разработки художественно-творческих продуктов, коммуникативные и экономические механизмы, технологию, регулирование деятельности по разработке и созданию художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций; основы методики научных исследований в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; технологии проектирования, создания и продвижения художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки</p> <p>Уметь: анализировать художественно-творческие продукты и услуги, целевые рынки и целевые аудитории и создавать уникальное торговое предложение различными средствами в сфере визуальных коммуникаций; на основе прикладного научного анализа выстраивать стратегию продвижения художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий; создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки..</p> <p>Владеть: основами прикладными научного анализа в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением деятельностью в области создания художественно-творческих</p>	<p>Создание художественно-творческого продукта</p> <p>Фотография</p> <p>Разработка и технологии производства рекламного продукта</p> <p>Визуальные коммуникации в городской среде</p> <p>Копирайтинг</p> <p>Рекламный дизайн</p> <p>Теория и практика рекламного дизайна</p> <p>Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях</p> <p>Теория и практика связей с общественностью</p>	<p>2-4</p> <p>1-2</p> <p>4-5</p> <p>2-3</p> <p>5-6</p> <p>7-8</p> <p>7</p> <p>8</p> <p>7-8</p>

	<p>продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; базовыми функциями основных участников и составляющих процесса в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации процессами разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; современным отечественным и зарубежным опытом в области разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки.</p>	<p>Теория и практика социальной рекламы</p> <p>Теория и практика рекламы</p> <p>Основы рекламной деятельности</p>	<p>4-6</p> <p>4-5</p> <p>4-5</p>
<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знать: теоретические и практические основы разработки художественно-творческих продуктов, коммуникативные и экономические механизмы, технологию, регулирование деятельности по разработке и созданию художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; основы методологии и методики научных исследований в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; технологии проектирования, создания и продвижения художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки</p> <p>Уметь: анализировать художественно-творческие продукты и услуги, целевые рынки и целевые аудитории и создавать уникальное торговое предложение на основе теоретического и прикладного научного анализа с помощью различных средств в сфере профиля профессиональной подготовки; на основе теоретического и прикладного научного анализа выстраивать стратегию продвижения художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий; создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки..</p> <p>Владеть: основами теоретическими и прикладными научного анализа в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением деятельностью в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; функциями основных участников и составляющих процесса в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; актуальными</p>		

	<p>теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации процессами разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; современным отечественным и зарубежным опытом в области разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки.</p>		
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: <u>теоретические и практические принципы разработки художественно-творческих продуктов, коммуникативные и экономические механизмы, технологию, регулирование деятельности по разработке и созданию художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; методологию и методики научных исследований в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; технологии проектирования, создания и продвижения художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; принципы управления творческим коллективом и обеспечения эффективности его деятельности.</u></p> <p>Уметь: <u>анализировать художественно-творческие продукты и услуги, целевые рынки и целевые аудитории и создавать уникальное торговое предложение на основе теоретического и прикладного научного анализа с помощью различных средств в сфере профиля профессиональной подготовки; на основе теоретического и прикладного научного анализа выстраивать стратегию продвижения художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий; создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; организовывать научно-исследовательскую и художественно-творческую деятельность в сфере профиля профессиональной подготовки.</u></p> <p>Владеть: <u>теоретическим и прикладным научного анализа в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; методологией и методикой анализа стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением деятельностью в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; методологией и методикой распределения функций основных участников и составляющих процесса в области создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; актуальными теоретическими и прикладными научными</u></p>		

	<u>достижениями, а также практическими формами и методами организации процессами разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; современным отечественным и зарубежным опытом в области разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере профиля профессиональной подготовки; методологией и методикой научного анализа эффективности деятельности творческого коллектива по разработке и управлению продвижением художественно-творческого продукта в сфере профиля профессиональной подготовки.</u>		
--	--	--	--

КОМПЕТЕНЦИЯ способность работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин <i>(указываются последовательно)</i>	Семестры
Базовый (удовлетворительно)	Знать: <u>основные принципы и технологии работы в профессиональных коллективах по профилю профессиональной подготовки; основные принципы и технологии логистики применительно к деятельности коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки.</u> Уметь: <u>применять в практической деятельности основные принципы и технологии работы в профессиональных коллективах по профилю профессиональной подготовки; использовать основные принципы и технологии логистики применительно к деятельности коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки.</u> Владеть: <u>основными принципами и технологиями работы в профессиональных коллективах по профилю профессиональной подготовки; основными принципами и технологиями логистики применительно к деятельности коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки.</u>	Предпринимательство и проектная деятельность Основы экономики и управления в профессиональной деятельности Основы рекламного маркетинга Фотография Разработка и технологии производства рекламного продукта Мультимедиа в современных коммуникациях	5-6 5-7 1 1-2 4-5 6
Продвинутый (хорошо)	Знать: <u>принципы, основные формы и технологии работы в профессиональных коллективах по профилю профессиональной подготовки; принципы, основные формы и технологии логистики применительно к деятельности коллективов в</u>	Эвент-технологии в рекламе	7

	<p><u>сфере профиля профессиональной подготовки.</u></p> <p>Уметь: <u>применять в практической деятельности принципы, основные формы и технологии работы в профессиональных коллективах по профилю профессиональной подготовки; использовать принципы, основные формы и технологии логистики применительно к деятельности коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки.</u></p> <p>Владеть: <u>принципами, основными формами и технологиями работы в профессиональных коллективах по профилю профессиональной подготовки; принципами и технологиями логистики применительно к деятельности коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки.</u></p>	<p>Коммуникативистика и медиапланирование</p> <p>Публичное экспонирование визуальных объектов</p> <p>Менеджмент рекламы и визуальных коммуникаций</p> <p>Информационные технологии и smm-продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях</p>	<p>7-8</p> <p>7-8</p> <p>7</p> <p>4-6</p>
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: <u>принципы, основные формы, виды и технологии работы в профессиональных коллективах по профилю профессиональной подготовки; принципы, основные формы и технологии логистики применительно к деятельности коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки; формы проявления лидерских качеств в работе коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки; принципы руководящей и организационной деятельности в работе коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки.</u></p> <p>Уметь: <u>применять в практической деятельности принципы, основные формы и технологии работы в профессиональных коллективах по профилю профессиональной подготовки; использовать принципы, основные формы и технологии логистики применительно к деятельности коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки; проявлять лидерские качества в работе коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки; использовать знания принципов и технологий управленческой деятельности в работе коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки;</u></p> <p>Владеть: <u>принципами, основными формами и технологиями работы в профессиональных коллективах по профилю профессиональной подготовки; принципами и технологиями логистики применительно к деятельности коллективов в сфере профиля профессиональной подготовки; принципами и технологиями управленческой деятельности в сфере профессиональной подготовки.</u></p>	<p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p> <p>Преддипломная практика</p>	<p>6</p> <p>8</p>

КОМПЕТЕНЦИЯ способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9)

Уровни освоения компетенции	Характеристика уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Компетенция формируется следующими дисциплинами	
		Наименование дисциплин	Семестры
		<i>(указываются последовательно)</i>	
Базовый (удовлетворительно)	Знать: <u>базовые принципы проектирования в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах; базовые принципы и технологии разработки и управления проектами в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</u> Уметь: <u>применять базовые принципы и основные технологии проектирования в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах; использовать базовые принципы и технологии разработки и управления проектами в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</u> Владеть: <u>базовыми принципами и основными технологиями проектирования в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах; использовать базовые принципы и технологии разработки и управления проектами в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</u>	Предпринимательство и проектная деятельность	5-6
		Педагогика	3
		Основы экономики и управления в профессиональной деятельности	5-7
		Имиджелогия	1
		Фотография	1-2
		Инфографика	3-4
		Разработка и технологии производства рекламного продукта	4-5
		Мультимедиа в современных коммуникациях	6
		Визуальные коммуникации в городской среде	2-3
		Копирайтинг	5-6
Продвинутый (хорошо)	Знать: <u>принципы проектирования в образовательных организациях и культурно-</u>	Теория и практика рекламного дизайна	7

	<p><u>просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах; принципы и технологии разработки и управления проектами в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</u></p> <p>Уметь: <u>применять принципы и технологии проектирования в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах; использовать принципы и технологии разработки и управления проектами в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</u></p> <p>Владеть: <u>принципами и технологиями проектирования в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах; применением принципов и технологий разработки и управления проектами в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</u></p>	<p>Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях</p> <p>Эвент-технологии в рекламе</p> <p>Публичное экспонирование визуальных объектов</p> <p>Теория и практика связей с общественностью</p> <p>Информационные технологии и smm-продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях</p> <p>Информационные технологии в визуальных социальных проектах</p> <p>Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах</p>	<p>8</p> <p>7</p> <p>7-8</p> <p>7-8</p> <p>4-6</p> <p>4-6</p> <p>4-6</p>
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знать: <u>Методологию и методику проектирования в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах; методологию, методику и технологии разработки и управления проектами в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</u></p> <p>Уметь: <u>применять методологию, методику и технологии проектирования в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах; использовать методологию, методику и технологии разработки и управления проектами в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</u></p>	<p>Теория и практика социальной рекламы</p> <p>Креативное проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях</p> <p>Управление креативными проектами</p> <p>Теория и практика рекламы</p> <p>Основы рекламной деятельности</p>	<p>4-6</p> <p>6-8</p> <p>6-8</p> <p>4-5</p> <p>4-5</p>

	<p>Владеть: <u>методологией, методикой и технологиями проектирования в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах; применением методологией, методикой и технологий разработки и управления проектами в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</u></p>	<p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p> <p>Преддипломная практика</p> <p>Государственная итоговая аттестация</p>	<p>6</p> <p>8</p> <p>8</p>
--	---	---	----------------------------

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценивания для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине (модулю), практике

Требования и критерии оценки контрольной работы

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д.

При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных самостоятельно, преподаватель вправе провести защиту обучающимися своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее

возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Оценка «отлично» — выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» — выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» — выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» — выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач

Требования к выполнению кейс-задания

Цель выполнения кейс-задания в процессе обучения – продемонстрировать навыки принятия решений в ситуации, приближенной к реальной.

При использовании кейсового метода подбирается соответствующий теме исследования реальный материал. Обучающиеся должны решить поставленную задачу и получить реакцию окружающих на свои действия. При этом нужно понимать, что возможны различные решения задачи. Обучающиеся должны понимать с самого начала, что риск принятия решений лежит на них, преподаватель только поясняет последствия риска принятия необдуманных решений.

Роль преподавателя состоит в направлении беседы или дискуссии, например с помощью проблемных вопросов, в контроле времени работы, в побуждении отказаться от поверхностного мышления, в вовлечении группы в процесс анализа кейса.

Периодически преподаватель может обобщать, пояснять, напоминать теоретические аспекты или делать ссылки на соответствующую литературу.

Кейсовый метод позволяет решать следующие задачи:

- принимать верные решения в условиях неопределенности;
- разрабатывать алгоритм принятия решения, овладевать навыками исследования ситуации, отбросив второстепенные факторы;
- разрабатывать план действий, ориентированных на намеченный результат;
- применять полученные теоретические знания, в том числе при изучении других дисциплин (менеджмент, статистика, экономика и др.), для решения практических задач;
- учитывать точки зрения других специалистов на рассматриваемую проблему при принятии окончательного решения.

В кейсе рассматривается конкретная ситуация, отражающая положение предприятия за какой-либо промежуток времени. В описание кейса включаются основные случаи, факты, решения, принимавшиеся в течение указанного времени. Причем ситуация может отражать как комплексную проблему (например, изложенную в данном учебном пособии), так и какую-либо частную реальную задачу.

Кейс может быть составлен на основании обобщенного опыта, т. е. может не отражать деятельность конкретного предприятия. Однако нужно помнить, что такие «кабинетные» кейсы могут не восприниматься аудиторией. Поэтому кейс в любом случае должен содержать максимально реальную картину и несколько конкретных фактов, тогда изложение реальных и вымышленных событий сотрет различия между ними.

Как правило, информация не представляет полного описания (биографию) деятельности предприятия, а скорее носит ориентирующий характер. Поэтому для построения логичной модели, необходимой при принятии обоснованного решения, допускается дополнять кейс данными, которые, по мнению участников, могли иметь место в действительности. Таким образом, не только фиксирует рассматриваемый случай, но и вникает в него до такой степени, что может прогнозировать и демонстрировать то, что пропущено в кейсе.

Следует выделить пять ключевых критериев, по которым можно отличить кейс от другого учебного материала.

1. Источник. Источником создания любого кейса являются люди, которые вовлечены в определенную ситуацию, требующую решения.

2. Процесс отбора. При отборе информации для кейса необходимо ориентироваться на учебные цели. Не существует единых подходов к содержанию данных, но они должны быть реальными для сферы, которую описывает кейс, иначе он не вызовет интереса, так как будет казаться нереальным.

3. Содержание. Содержание кейса должно отражать учебные цели. Кейс может быть коротким или длинным, может излагаться конкретно или обобщенно. Что касается цифрового материала, то его должно быть достаточно для выполнения необходимых расчетов. Следует избегать чрезмерно насыщенной информации или информации,

напрямую не относящейся к рассматриваемой теме. В целом кейс должен содержать дозированную информацию, которая позволила бы обучающемуся быстро войти в проблему и иметь все необходимые данные для ее решения.

Проверка в аудитории. Проверка в аудитории — это апробация нового кейса непосредственно в учебном процессе с целью адекватного восприятия содержания кейса, выявления возможных проблемных мест, недостаточности или избыточности информации. Рекомендуются обратить внимание на заинтересованность тематикой кейса. Изучение реакции на кейс необходимо для получения максимального учебного результата.

5. Процесс устаревания. Большинство кейсов постепенно устаревают, поскольку новая ситуация требует новых подходов. Кейсы, основанные на истории, хорошо слушаются, но работа с ними происходит неактивно, поскольку «это было уже давно». Проблемы, рассмотренные в кейсе, должны быть актуальны для сегодняшнего дня.

Для большей вовлеченности каждого в работу над кейсом учебную группу целесообразно разбить на подгруппы по 4-6 человек. Непосредственную работу учебной группы с кейсом можно организовать двумя способами:

- 1) каждой подгруппе дается отдельный кейс по тематике, которую выбирают самостоятельно;
- 2) все подгруппы работают над одним и тем же кейсом, конкурируя между собой в поиске оптимального решения.

Подгруппу возглавляет модератор, отвечающий за координацию работы ее участников. Во время занятий происходят обсуждение и обмен информацией по каждой теме.

На разработку одной темы требуется, как правило, четыре часа практических занятий, но в соответствии с учебной программой на практические (семинарские) занятия выделяется 24 часа, поэтому отдельные темы прорабатываются только в течение двух часов. В этом плане возрастает роль внеаудиторной работы и организации контроля над ней со стороны преподавателя.

Работа начинается со знакомства с ситуационной задачей. Самостоятельно в течение 20 минут анализируют содержание кейса, выписывая при этом цифровые данные, наименования фирм-конкурентов и другую конкретную информацию. В результате у каждого должно сложиться целостное впечатление о содержании кейса.

Знакомство с кейсом завершается его обсуждением. Преподаватель оценивает степень освоения материала, подводит итоги обсуждения и объявляет программу работы первого занятия.

В аудитории подгруппы располагаются по возможности на достаточном удалении — чтобы не мешать друг другу.

Преподаватель более подробно объясняет цели работы, формы текущего контроля и то, в каком виде должен быть оформлен отчет о работе.

Критерии оценивания выполнения кейс-заданий:

Отметка «отлично» - работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; работа проведена в условиях, обеспечивающих получение правильных результатов и выводов; соблюдены правила техники безопасности; в ответе правильно и аккуратно выполняет все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполняет анализ ошибок.

Отметка «хорошо» - работа выполнена правильно с учетом 1-2 мелких погрешностей или 2-3 недочетов, исправленных самостоятельно по требованию преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» - работа выполнена правильно не менее чем наполовину, допущены 1-2 погрешности или одна грубая ошибка.

Отметка «неудовлетворительно» - допущены две (и более) грубые ошибки в ходе работы, которые обучающийся не может исправить даже по требованию преподавателя или работа не выполнена полностью.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Тестовый метод контроля качества обучения имеет ряд несомненных преимуществ перед другими педагогическими методами контроля: высокая научная обоснованность теста; технологичность; точность измерений; наличие одинаковых для всех испытуемых правил проведения испытаний и правил интерпретации их результатов; хорошая сочетаемость метода с современными образовательными технологиями.

Основные принципы тестирования следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность - систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

– гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего государственного образовательного стандарта.

К принципам тестирования примыкают принципы построения тестовых заданий, включающие в себя следующие принципы:

– коллегиальная подготовка тестовых заданий - позволяет существенно уменьшить важнейший недостаток индивидуального контроля знаний – его субъективность.

– централизованное накопление тестовых заданий - составленные и отобранные экспертами тестовые задания должны храниться в базе данных системы тестирования, обрабатываться педагогом по соответствующей дисциплине с целью устранения возможных дублирований заданий.

– унификация инструментальных средств подготовки тестовых заданий - образовательные учреждения должны использовать унифицированное программное обеспечение систем тестирования, инвариантное к предметной области.

Методические аспекты контроля знаний включают:

1. Выбор типов и трудности тестовых заданий («что контролировать?»). Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля на данном этапе учебного процесса. Так на этапе восприятия, осмысления и запоминания оценивается уровень знаний обучающегося о предметной области понимания основных положений. Способность обучающегося применять полученные знания для решения конкретных задач, требующих проявления познавательной самостоятельности, оценивается как соответствие требуемым навыкам и/или умениям.

35. Планирование процедуры контроля знаний («когда контролировать?»). Учебный процесс принято рассматривать как распределенный во времени процесс формирования требуемых знаний, навыков и умений. Соответственно этому, выделяют следующие четыре этапа контроля знаний.

– Исходный (предварительный) контроль. Данный контроль проводится непосредственно перед обучением, имея целью оценить начальный уровень знаний обучающегося и соответственно планировать его обучение– Текущий контроль. Осуществляется в ходе обучения и позволяет определить уровень усвоения обучающимся отдельных разделов учебного материала, а затем на этой основе скорректировать дальнейшее изучение предмета.

– Рубежный контроль. Проводится по завершении определенного этапа обучения и служит цели оценки уровня знаний обучающегося по теме или разделу курса.

– Итоговый контроль. Позволяет оценить знания, умения и навыки обучающегося по курсу в целом.

2. Формирование набора адекватных тестовых заданий («как контролировать?»).

Используются следующие формы тестовых заданий:

- цепные задания - задания, в которых правильный ответ на последующее задание зависит от ответа на предыдущее задание;

- тематические задания - совокупность тестовых заданий любой формы, разработанных для контроля знаний обучающихся по одной изученной теме.

Задания могут быть цепными и тематическими одновременно, если их цепные свойства имеют место в рамках одной темы;

- текстовые задания - совокупность заданий, созданных для контроля знаний обучающихся конкретного учебного текста, текстовые задания удобны для проверки классификационных знаний;

- ситуационные задания - разрабатываются для проверки знаний и умений обучающихся действовать в практических, экстремальных и других ситуациях, а также для интегрального контроля уровня знаний обучающихся.

Каждая из рассмотренных форм тестовых заданий имеет несколько вариантов. Например, возможны задания с выбором одного правильного ответа, с выбором одного наиболее правильного ответа и задания с выбором нескольких правильных ответов. Последний вариант является наиболее предпочтительным.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т. п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

- открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и, графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа более 81% тестовых заданий;

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа от 71 до 80% тестовых заданий

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа от 60% до 70%

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 60 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

«Неудовлетворительно» - выступление с явными интонационными погрешностями (фальшиво). Непонимание смысла, характера исполняемых произведений. Формальное отношение к исполнению, плохое знание текста.

Требования и критерии прохождения практики

Оценка по прохождении практики учитывает: полноту содержания и качество выполнения отчёта, его соответствие программе практики и индивидуальному заданию; владение материалом отчёта; отзыв руководителя практики.

Основными критериями оценки практики являются точность выполнения поставленной перед обучающимся задачи. Оценка является дифференцированной и учитывает полноту и качество выполнения задания, а также точность и информационную насыщенность представленного отчета.

При выставлении оценки учитываются следующие критерии:

- качество выполнения индивидуальных заданий обучающимся;
- качество отчетной документации;

На «зачтено» оценивается работа обучающегося, который выполнил весь объем работы, требуемой программой практики, ответственно и с интересом относился ко всей работе, представил отличное качество отчетной документации.

На «не зачтено» оценивается работа обучающегося, который не выполнил программу практики, все виды работ провел на неудовлетворительном уровне.

Практикант, не выполнивший программу практики или не предоставивший ее результаты в установленные сроки, считается не аттестованным.

Требования и критерии оценки научной статьи.

- научная статья должна иметь следующую структуру: введение, основную часть, заключение, список литературы;
- во введении необходимо указать актуальность, новизну, цель, задачи исследования, научную проблему, гипотезу, доказываемую в статье;
- в основной части последовательно раскрывается научная проблема, доказывается гипотеза; с большим вниманием необходимо отнестись к точному цитированию научной литературы и изложению фактов;
- в заключении, как правило, представлены основные результаты исследования, выводы и рекомендации, апробация и внедрение результатов исследования.

К научной статье прилагаются следующие сведения:

- аннотация (на русском и английском языках);
- шифр УДК/ ББК;
- ключевые слова (на русском и английском языках);
- сведения об авторе.

Требования и критерии оценки к написанию реферата

Реферат — это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

4. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
5. Развитие навыков логического мышления;
6. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

Основными критериями оценки реферата являются:

- степень соответствия работы уровню квалификационных требований, предъявляемых к подготовке обучающегося;

- соответствие темы реферата содержанию дисциплины, по которой выполняется реферат;
- актуальность темы реферата, степень разработанности темы реферата;
- качество и самостоятельность выполненной работы;
- степень владения методологией реферируемой проблемы;
- самостоятельность работы с материалом реферата, его анализа;
- наличие авторской позиции, самостоятельность суждений;
- соответствие плана теме реферата;
- соответствие содержания теме и плану реферата;
- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;
- обоснованность способов и методов работы с материалом;
- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
- самостоятельная и научно обоснованная формулировка выводов по результатам проведенной работы;
- язык, стиль, грамотность реферата;
- соблюдение требований к оформлению реферата;
- правильное оформление ссылок на используемую литературу;
- соблюдение требований к объему реферата

Оценка «отлично» — выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» — основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» — имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы. Оценка «неудовлетворительно» — тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат не представлен вовсе.

Критерии оценивания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), практике

Шкалы оценивания		Критерии оценивания
Отлично	Зачтено	
Отлично	Зачтено	<p><u>При оценивании устных ответов</u> Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено полностью, без пробелов в знаниях, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания выполнены, уровень качества их выполнения оценен как высокий (превосходный). Обучающийся полностью ответил на все вопросы экзаменационного билета и ответил на дополнительные вопросы (не более 3-х вопросов). На зачете полностью раскрыл содержание вопросов к зачету, ответил на дополнительные вопросы (не более 3-х)</p>
		<p><u>При оценивании письменных работ (тестировании)</u> Вопрос раскрыт полностью и без ошибок, текст написан грамотным литературным языком без грамматических ошибок, правильно использованы основные понятия и термины, имеются ссылки на необходимые источники, отсутствуют противоречивые фразы, выдержана смысловая и логическая точность обоснованность выводов. Правильные ответы на тестовые задания – 81-100%</p>
Хорошо	Зачтено	<p><u>При оценивании устных ответов</u> Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания выполнены, уровень качества их выполнения оценен как продвинутой, но некоторые виды заданий озвучены с ошибками. Обучающийся полностью ответил на все вопросы экзаменационного билета, допустил неточности, ответил на 2 дополнительных вопроса, 3-й вопрос раскрыл не полностью. На зачете раскрыл содержание вопросов к зачету, допустил неточности, неполно ответил на дополнительные вопросы (не более 3-х)</p>
		<p><u>При оценивании письменных работ (тестировании)</u> Вопрос раскрыт более чем наполовину, но без ошибок. Имеются незначительные и/или единичные ошибки. Используются ссылки менее чем на половину рекомендованных по данному вопросу источников, допущены 1–2 фактические ошибки. Правильные ответы на тестовые задания – 71-80%</p>

Удовлетворительно	Зачтено	<p><u>При оценивании устных ответов</u> Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, многие предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них соответствует базовому уровню. Обучающийся неполно раскрыл содержание вопросов экзаменационного билета, допустил неточности и ответил на 1 из 3-х дополнительных вопросов. На зачете неполно раскрыл содержание вопросов к зачету, ответил на 1 из 3-х дополнительных вопросов</p>
		<p><u>При оценивании письменных работ (тестировании)</u> Вопрос раскрыт частично. Текст написан небрежно, неаккуратно, использованы необщепринятые сокращения, затрудняющие ее прочтение. Допущено 3–4 фактические ошибки. Правильные ответы на тестовые задания – 70-60%.</p>
Неудовлетворительно	Не зачтено	<p><u>При оценивании устных ответов</u> Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено частично, необходимые практические навыки не сформированы, большинство предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено как несоответствующее базовому; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий. Обучающийся не раскрыл содержание вопросов экзаменационного билета и не ответил ни на один дополнительный вопрос.</p>
		<p><u>При оценивании письменных работ (тестировании)</u> Обнаруживается общее представление о сущности вопроса. Ответ отсутствует или вопрос не раскрыт. Правильные ответы на тестовые задания – менее 60%.</p>

МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ СОСТАВНЫХ ЧАСТЕЙ ОПОП, КОМПЕТЕНЦИЙ И ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Индекс	Наименование	КОМПЕТЕНЦИИ												Оценочные средства
Б1.	Дисциплины (модули)													
Б1. Б	Базовая часть													
Б1.Б.1	Философия	ОК-1	ОПК-2	ОК-6	ОПК-4									ТЗ, УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.Б.2	История	ОК-2	ОК-6	ОПК-2	ОПК-4									УО, РФ, ЭС, презентации, ТЗ, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.Б.3	Иностранный язык	ОК-5	ОК-6	ОПК-3										УО, ТЗ, индивидуальные задания по чтению, презентации, ЭКЗ, ЗАЧ
Б1.Б.4	Русский язык и культура речи	ОК-5	ОК-6											УО, ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.Б.5	Безопасность жизнедеятельности	ОК-8	ОК-6											УО, РФ, ЭС, презентации, ТЗ, ЗАЧ
Б1.Б.6	Психология	ОК-6	ОПК-4											УО, РФ, ЗАЧ
Б1.Б.7	Предпринимательство и проектная деятельность	ОК-6	ОК-3	ПК-9	ПК-8									УО, ТЗ, ЗАЧ, ЭКЗ

Б1.Б.8	Педагогика	ОК-6	ОПК-2	ОПК-4	ПК-1	ПК-9								УО, ТЗ, ЗАЧ
Б1.Б.9	Основы права	ОК-4												УО, РФ, ЭС, презентации, ТЗ, ЗАЧ
Б1.Б.10	Создание художественно-творческого продукта	ОК-6	ОПК-1	ОПК-4	ОПК-5	ПК-7								УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.Б.11	История искусств	ОК-2	ОПК-1	ОК-1										УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.Б.12	Основы государственной культурной политики Российской Федерации	ОК-1	ОК-2	ОК-4	ОПК-1	ОПК-4								УО, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.Б.13	Основы научно-исследовательской работы	ОПК-4	ОПК-5	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ОК-1	ОПК-2					УО, ЭКЗ
Б1.Б.14	Интегрированные коммуникации	ОК-5	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5								УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.Б.15	Основы экономики и управления в профессиональной деятельности	ОК-3	ОПК-4	ПК-8	ПК-9									ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.Б.16	Информационные системы и технологии	ОПК-5	ПК-5	ПК-6										вопросы текущего контроля, ЭС, РФ, ЗАЧ, ЭКЗ

Б1.Б.17	Физическая культура и спорт	ОК-7	ОК-6											ЗАЧ Контрольные упражнения, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ
Б1.В.	Вариативная часть													
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины													
Б1.В.ОД.1	Основы теории коммуникации	ОПК-3	ОПК-2	ОПК-4	ОПК-5									УО, ТЗ, РФ, ЭС, презентация, ЭКЗ
Б1.В.ОД.2	Основы рекламного маркетинга	ОК-3	ОПК-2	ОПК-4	ПК-8									УО, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.В.ОД.3	История рекламы	ОК-1	ОК-2	ОПК-2	ПК-3									ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.В.ОД.4	Имиджелогия	ОК-1	ОПК-4	ОПК-2	ПК-9									УО, ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.В.ОД.5	Фотография	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-5	ПК-2	ПК-7	ПК-8	ПК-9						УО,ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ,КУРС
Б1.В.ОД.6	Инфографика	ОПК-2	ОПК-5	ПК-9										УО, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ

Б1.В.ОД.7.1	<i>Разработка и технологии производства рекламного продукта</i>	ОПК-5	ПК-8	ПК-7	ПК-9	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4						РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ, КУРС
Б1.В.ОД.7.2	<i>Мультимедиа в современных коммуникациях</i>	ОПК-2	ПК-8	ОПК-4	ОПК-5	ПК-9	ПК-6								УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ
Б1.В.ОД.8	Визуальные коммуникации в городской среде	ОПК-1	ОПК-2	ПК-7	ПК-9	ОПК-3									УО, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.В.ОД.9	Исследования в рекламной деятельности	ОПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6									УО, РФ, ЭС, презентации, ТЗ, ЗАЧ
Б1.В.ОД.10	Копирайтинг	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ПК-7	ПК-9									УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.В.ОД.11.1	<i>Теория и практика рекламного дизайна</i>	ОПК-2	ПК-9	ПК-3	ПК-7										ТЗ, ЗАЧ
Б1.В.ОД.11.2	<i>Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях</i>	ОПК-2	ПК-9	ПК-3	ПК-7										УО, ЗАЧ
Б1.В.ОД.12	Звук в жанрах медиа	ОПК-2	ОПК-3												ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ
Б1.В.ОД.13	Эвент-технологии в рекламе	ОПК-4	ПК-2	ПК-8	ПК-9										УО, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.В.ОД.14	Коммуникативистика и медиапланирование	ОПК-1	ОПК-2	ПК-4	ПК-8										УО, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ, ЗАЧ.

Б1.В.ОД.15	Публичное экспонирование визуальных объектов	ПК-8	ОПК-1	ОПК-2	ПК-9									УО, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.В.ОД.16	Теория и практика связей с общественностью	ОК-1	ПК-7	ПК-9										УО,ТЗ, РФ, ЭС,презентации, ЭКЗ
Б1.В.ОД.17	Менеджмент рекламы и визуальных коммуникаций	ОПК-2	ПК-8											УО,ТЗ, РФ, ЭС,презентации, ЗАЧ.
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору													
	Элективные курсы по физической культуре и спорту	ОК-6	ОК-7											ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ
Б1.В.ДВ.1.1	Информационные технологии и smm-продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях	ОПК-2	ПК-5	ПК-6	ПК-8	ПК-9								УО ,ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.В.ДВ.1.2	Информационные технологии в визуальных социальных проектах	ОПК-2	ПК-5	ПК-9										УО, ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.В.ДВ.2.1	Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах	ОПК-2	ПК-9	ОПК-1	ОПК-4									УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ,
Б1.В.ДВ.2.2	Теория и практика социальной рекламы	ОПК-1	ОПК-2	ПК-7	ОПК-4	ПК-9								УО, ТЗ, РФ, ЭС, презент-

Б2.П.3	Преддипломная практика	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-8	ПК-9								ОПР, ЗАЧ
Б3	Государственная итоговая аттестация	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-9									ВКР

Условные обозначения: УО - устный опрос, ПО - письменный опрос, КР - контрольная работа, К - коллоквиум, ТЗ - тестовые задания, РФ - рефераты, ЭС - эссе, ТР - творческие работы, КС - кейсы, КУРС - курсовые работы, ОПР - отчеты по практикам, ОНИРС - отчеты по НИРС, ЗАЧ - зачет по дисциплине. ЭКЗ - экзамен по дисциплине, ГЭ - государственный экзамен, ВКР - защита выпускной квалификационной работы. По другим видам оценочных средств, не включенных в данный перечень условных обозначений, наименование указывается полностью.

Зав. кафедрой

Кудинова А.В.