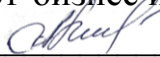


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 18.02.2022 14:51:52
Уникальный идентификатор документа:
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнес и реклама

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
арт-бизнес и реклама
 А. В. Кудинова
26 августа 2021 г. Пр № 1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.О.23 Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе

Направление подготовки (профиль): 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Арт-бизнес и реклама)

Форма обучения – очная, заочная

**Краснодар
2021**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017).

Рецензенты:

Кандидат экономических наук, доцент
кафедры статистики и прикладной
математики ФГБОУ ВО Кубанского
государственного аграрного
университета имени И.Т. Трубилина

Н.Н. Яроменко

Директор ООО «Флэт-Форум»

Е.А. Захарова

Составитель: кандидат экономических наук Ю.Н. Захарова

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнес и реклама 26 августа 2021 г., протокол №1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 27 августа 2021 г., протокол №1.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ПООП ВО.....	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.....	4
4. Структура и содержание и дисциплины.....	5
4.1. Структура дисциплины:	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы.....	6
5. Образовательные технологии.....	11
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	13
6.1. Контроль освоения дисциплины.....	13
6.2. Оценочные средства.....	14
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	25
7.1. Основная литература.....	25
7.2. Дополнительная литература.....	27
7.3. Периодические издания.....	28
7.4. Интернет-ресурсы.....	28
7.5. Методические рекомендации.....	29
7.6. Программное обеспечение.....	30
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).....	31
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	32

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе» направлена на изучение современных информационных технологий, используемых в сфере арт-бизнеса и рекламы. Объектом изучения являются современные сетевые технологии, технологи Интернет, офисные технологии, программное обеспечение управления проектами в социально – культурной сфере.

Целями изучения дисциплины являются:

- формирование у студентов способности осмысления современных форм арт-бизнеса и рекламной деятельности,
- умений ориентироваться в вопросах получения, обработки, необходимой для рекламной деятельности информации,
- изучение программного обеспечения, используемого в сфере арт-бизнеса и рекламы;
- приобретение студентами навыков самостоятельного использования программного обеспечения и интернет-технологий;

Задачами изучения дисциплины «Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе» являются:

- формирование представления о структуре информации в арт-бизнесе и рекламе,
- изучение специфики использования баз данных в арт-бизнесе и рекламе,
- изучение информационных алгоритмов и технологий, используемых для решения задач в арт-бизнесе и рекламе,
- обзор современных информационных систем в арт-бизнесе и рекламе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки по квалификации (степень) выпускника - Бакалавр дисциплина «Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

В результате освоения дисциплины «Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе» обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
Способность определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе	- общую характеристику процессов сбора, передачи и накопления информации; - технические и программные средства и реализацию	- использовать программные технические средства информационных систем в предметной	- опытом использования методиками анализа предметной области; - опытом

информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1)	информационных процессов; - теорию информационных систем в предметной области; - информационные технологии в информационных системах в предметной области; - перспективы развития информационных технологии и информационных систем в предметной области, их взаимосвязь со смежными областями; - информационные системы в смежных предметных областях;	области; - использовать информационно-поисковые средства локальных и глобальных вычислительных и информационных сетей; - использовать информационных технологии и знания общей ситуации информационных ресурсов предметной области;	применения методики декомпозиции информационных систем на подсистемы; - практическими навыками использования информационных технологий в различных информационных системах
--	---	---	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов). Дисциплина реализуется в 3,4 семестрах. Вид итогового контроля – зачет в 3 семестре, экзамен в 4 семестре.

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Информационные процессы в арт-бизнесе и рекламе	3	32	32		44	Письменное задание
2	Информационные технологии решения задач в арт-бизнесе и рекламе	4	16	32	36	24	Письменное задание

Итого: 216 часов		48	64	36	68	Зачет, экзамен
------------------	--	----	----	----	----	-----------------------

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Информационные процессы в арт-бизнесе и рекламе	3	6	6	-	96	Письменное задание
2	Информационные технологии решения задач в арт-бизнесе и рекламе	4	6	6	36	60	Письменное задание
Итого: 216 часов			12	12	36	156	Зачет, экзамен

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы на очном отделении

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов/з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
3 семестр			
Раздел 1. Информационные процессы в арт-бизнесе и рекламе			
Тема 1. Предмет, содержание и задачи курса. Основы информационных технологий	<u>Лекции:</u> Основы информационных технологий.	2	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Основные виды информационных технологий. Назначение, структура, компоненты.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Основы информационных технологий. Этапы развития информационных технологий.	4	
Тема 2. Информация в арт-бизнесе и рекламе Лекции	<u>Лекции:</u> Структура и состав информации в арт-бизнесе и рекламе	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Анализ источников информации по арт-	2	

	бизнесу и рекламе		
	<u>Самостоятельная работа</u> Рекламные технологии компьютерного рынка	4	
Тема 3. Система электронного документооборота в арт-бизнесе и рекламе	<u>Лекции:</u> Система электронного документооборота арт-бизнесе и рекламе	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Основные виды технических средств обработки информации: характеристика и назначение.	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Прикладное программное обеспечение. Системное программное обеспечение. Сервисное программное обеспечение.	6	
Тема 4. Методы исследований в арт-бизнесе и рекламе	<u>Лекции:</u> Методы анализа данных. Информационные технологии анализа данных	6	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Работа с пакетом анализа MS Excel	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> Решение домашнего задания средствами MS Excel	6	
Тема 5. Автоматизированная информационная система для арт-бизнеса и рекламы	<u>Лекции:</u> Программные средства реализации информационных систем.	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Анализ ПО: Касатка, Бест-маркетинг, Маркетинг Эксперт, MarketingAnalytic и т.п.	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Компьютерные технологии прогнозирования Средства искусственного интеллекта.	6	
Тема 6. Мультимедийные технологии	<u>Лекции:</u> Мультимедийные технологии в арт-бизнесе и рекламе	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Презентации в рекламе. Инструменты разработки презентаций. Технология создания презентаций. Пакет PowerPoint	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Виды мультимедийных технологий, тенденции развития.	6	
Тема 7. Анализ тенденций развития арт-бизнеса и рекламы политики.	<u>Лекции:</u> Анализ тенденций развития арт-бизнеса и рекламной политики: назначение, основные компоненты и методы.	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Работа с пакетом анализа MS Excel.	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Решение маркетинговых задач методом регрессионного анализа	6	

Тема 8. Базы данных в арт-бизнесе и рекламе.	<u>Лекции:</u> Базы данных в арт-бизнесе и рекламе.	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Разработка структуры БД по заданной тематике в среде Access	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Анализ современных СУБД.	6	
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		Зачет	
4 семестр			
Раздел 2. Информационные технологии решения задачв арт-бизнесе и рекламе			
Тема 1. Интернет-технологии в арт-бизнесе и рекламе	<u>Лекции:</u> Интернет-техологии в арт-бизнесе и рекламе	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Прикладные программы для создания Web-сайтов	10	
	<u>Самостоятельная работа</u> Возможности и ресурсы сети Интернет	6	
Тема 2. Сервисы интернет-рекламы	<u>Лекции:</u> Интернет-сервисы анализа рекламной компании	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Работа с сервисами интетенет-рекламы. Создание рекламного видеоклипа.	10	
	<u>Самостоятельная работа</u> <u>Анализ</u> сервисов интетенет-рекламы	6	
Тема 3. Рынок информационных услуг в арт-бизнесе и рекламе	<u>Лекции:</u> Рынок информационных услуг в арт-бизнесе и рекламе	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Рынок информационных продуктов и услуг	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> <u>Анализ</u> рынка информационных продуктов иуслуг в арт-бизнесе и рекламе	6	
Тема 4. Правовое регулирование на рынке информационных продуктов и услуг	<u>Лекции:</u> Правовое регулирование использования информационных продуктов и услуг.	4	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Защита конфиденциальной информации в ИТ и ИС. Основные направления, методы, программные продукты	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> Законодательная база в сфере информационных технологий.	6	
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		Экзамен	
ВСЕГО:		216	

Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы на заочном отделении

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов/з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
3 семестр			
Раздел 1. Информационные процессы в арт-бизнесе и рекламе			
Тема 1. Предмет, содержание и задачи курса. Основы информационных технологий	<u>Лекции:</u> Основы информационных технологий.	2	<i>ОПК-1</i>
	<u>Практические занятия (семинары):</u>		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Основы информационных технологий. Этапы развития информационных технологий.	12	
Тема 2. Информация в арт-бизнесе и рекламе Лекции	<u>Лекции:</u>		<i>ОПК-1</i>
	<u>Практические занятия (семинары)</u>		
	<u>Самостоятельная работа</u> Рекламные технологии компьютерного рынка	12	
Тема 3. Система электронного документооборота в арт-бизнесе и рекламе	<u>Лекции:</u>		<i>ОПК-1</i>
	<u>Практические занятия (семинары)</u>		
	<u>Самостоятельная работа</u> Прикладное программное обеспечение. Системное программное обеспечение. Сервисное программное обеспечение.	12	
Тема 4. Методы исследований в арт-бизнесе и рекламе	<u>Лекции:</u>		<i>ОПК-1</i>
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Работа с пакетом анализа MS Excel	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Решение домашнего задания средствами MS Excel	12	
Тема 5. Автоматизированная информационные системы для арт-бизнеса и рекламы	<u>Лекции:</u>		<i>ОПК-1</i>
	<u>Практические занятия (семинары)</u>		
	<u>Самостоятельная работа</u> Компьютерные технологии прогнозирования Средства	12	

	искусственного интеллекта.		
Тема 6. Мультимедийные технологии	<u>Лекции:</u> Мультимедийные технологии в арт-бизнесе и рекламе	2	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Презентации в рекламе. Инструменты разработки презентаций. Технология создания презентаций. Пакет PowerPoint	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Виды мультимедийных технологий, тенденции развития.	12	
Тема 7. Анализ тенденций развития арт-бизнеса и рекламы политики.	<u>Лекции:</u>		ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u>		
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа с пакетом анализа MS Excel.	12	
Тема 8. Базы данных в арт-бизнесе и рекламе.	<u>Лекции:</u> Базы данных в арт-бизнесе и рекламе.	2	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Разработка структуры БД по заданной тематике в среде Access	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Анализ современных СУБД.	12	
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		Зачет	
4 семестр			
Раздел 2. Информационные технологии решения задач в арт-бизнесе и рекламе			
Тема 1. Интернет-технологии в арт-бизнесе и рекламе	<u>Лекции:</u> Интернет-технологии в арт-бизнесе и рекламе	2	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Прикладные программы для создания Web-сайтов	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Возможности и ресурсы сети Интернет	15	
Тема 2. Сервисы интернет-рекламы	<u>Лекции:</u> Интернет-сервисы анализа рекламной компании	2	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Работа с сервисами интернет-рекламы. Создание рекламного видеоклипа.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> <u>Анализ</u> сервисов интернет-рекламы	15	
Тема 3. Рынок информационных услуг в арт-	<u>Лекции:</u>		ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u>		
	<u>Самостоятельная работа</u>	15	

бизнесе и рекламе	<u>Анализ</u> рынка информационных продуктов и услуг в арт-бизнесе и рекламе		
Тема 4. Правовое регулирование на рынке информационных продуктов и услуг	<u>Лекции:</u> Правовое регулирование использования информационных продуктов и услуг.	2	ОПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Защита конфиденциальной информации в ИТ и ИС. Основные направления, методы, программные продукты	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Законодательная база в сфере информационных технологий.	15	
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		Экзамен	
ВСЕГО:		216	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-анализ ситуаций;
- практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, формы «коллективной мыслительной деятельности», тестирование по темам курса; работа в малых группах; дискуссия; метод проектов.
- самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 50% от аудиторных занятий.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки, реализация компетентностного подхода в изучении данной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе таких активных и интерактивных форм проведения практических занятий как: дискуссия, brain-storm (метод «мозгового штурма»), метод проектов.

Дискуссия. Учебные дискуссии представляют собой такую форму познавательной деятельности обучающихся, в которой субъекты образовательного процесса упорядоченно и целенаправленно обмениваются своими мнениями, идеями, суждениями по обсуждаемой учебной проблеме. Дискуссия делает возможным использовать элементы педагогики сотрудничества по типу «обучающий – обучающийся» и «обучающийся – обучающийся», в которой стираются противоположности между позициями обучающего и обучающихся, а кругозор участников образовательного процесса становится общим достоянием.

Во время дискуссии формируются следующие компетенции: коммуникативные (умения общаться, формулировать и задавать вопросы, отстаивать свою точку зрения, уважение и принятие собеседника и др.), способности к анализу и синтезу, брать на себя ответственность, выявлять проблемы и решать их, умения отстаивать свою точку зрения, т.е. навыки социального общения и др.

Brain- storm. «Мозговой штурм» является эффективным методом стимулирования познавательной активности, формирования творческих умений обучающихся как в малых, так и в больших группах. Метод мозгового штурма направлен на генерирование идей по решению проблемы, основан на процессе совместного разрешения поставленных в ходе организованной дискуссии проблемных задач. Задание может содержать профессионально значимый или междисциплинарный вопрос. При этом все идеи и предложения, высказываемые участниками группы, должны фиксироваться на доске, чтобы затем их можно было проанализировать и обобщить. Дух соревновательности активизирует мыслительную деятельность обучающихся.

Метод «мозгового штурма» позволяет вовлекать в активную деятельность максимальное число обучающихся. Применение данного метода возможно на различных этапах занятия: для введения новых знаний, промежуточного контроля качества усвоения знаний, закрепления приобретённых знаний (на обобщающем занятии по конкретной теме курса).

Метод проектов. Метод проектов можно рассматривать как одну из личностно ориентированных развивающих технологий, в основу которой положена идея развития познавательных навыков учащихся, творческой инициативы, умения самостоятельно мыслить, находить и решать проблемы, ориентироваться в информационном пространстве, умения прогнозировать и оценивать результаты собственной деятельности. Метод проектов всегда ориентирован на самостоятельную деятельность обучающихся – индивидуальную, парную, групповую. Этот метод применим при наличии действительно значимой проблемы (практической, научной, творческой, жизненной), для решения которой необходим исследовательский поиск.

Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха;
- с нарушениями зрения.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность

беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для успешного освоения дисциплины применяются различные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых результатов обучения согласно ПООП.

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». 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;
- письменные индивидуальные задания;
- тестирование и др.

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;
- практические и лабораторные работы и т.д.

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

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий

Вопрос 1.

Продолжите определение:

Прикладное программное обеспечение, используемое для создания текстовых документов и работы с ними - это

- (-). Электронная таблица
- (-). Графический редактор
- (-). Утилита
- (+). Текстовый редактор.

Вопрос 2.

Дайте определение ". Компьютерная сеть – это

- (+) система компьютеров, связанная каналами передачи информации
- () комплекс взаимосвязанных программ
- () система гипертекстовых документов

Вопрос 3.

Главная управляющая программа (комплекс программ) на ЭВМ - это ...

- (+) Операционная система
- () Прикладная программа
- () Графический редактор
- () Текстовый процессор

Вопрос 4.

Программное обеспечение компьютера - это:

- (+) комплекс программ и документации, необходимый для работы с компьютером
- () комплекс программ, управляющий работой устройств компьютера
- () устройство ввода графической информации в ПЭВМ

набор взаимосвязанных модулей, обеспечивающих автоматизацию многих видов деятельности

Вопрос 5.

Продолжите предложение "Информационные технологии (ИТ) . . ."

отражают любые данные об окружающем мире и процессах в нем происходящих

совершенствуют процессы управления, протекающие в организации, автоматизируют процедуры, упрощают взаимодействие между деловыми партнерами.

служат для применения новых видов компьютерных телекоммуникаций: электронная почта, электронные доски объявлений, телеконференции, электронные дневники и другие возможности Интернета

Вопрос 6.

Устройство ввода в ПК информации в виде текстов, рисунков слайдов, фотографий на плоских носителях, а также изображения объёмных объектов небольших размеров - это

принтер

монитор

сканер

проектор

Вопрос 7.

Выберите несколько вариантов ответа.

О программе MS Power Point можно сказать, что она:

предназначена для создания графических файлов

предназначена для создания презентаций

является мультимедиа приложением

входит в состав MS Office

служит для работы с табличными данными

Вопрос 8.

Дайте определение "Компьютерная сеть – это . . ."

это система компьютеров, связанная каналами передачи информации.

голосовое общение через Сеть в реальном времени

количественная мера объектов и их свойств в окружающем мире

средство для просмотра Web-страниц

Вопрос 9.

Информатизация — это сложный биологический процесс, связанный со значительными изменениями в образе жизни населения.

- () Верно
- (+) Неверно

Вопрос 10.

Главным устройством вычислительной машины является _____, обеспечивающий в наиболее общем случае управление всеми устройствами и обработку информации.

Ответ: Микропроцессор

Вопрос 11.

Вставьте пропущенное слово

Прикладное Программное -

- (+) обеспечение
- (-) обновление
- (-) обучение

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Информационные технологии (ИТ): определение понятия, назначение, структура, компоненты.
2. Этапы развития информационных технологий.
3. Свойства информационных технологий.
4. Основные виды информационных технологий.
5. Современные информационные технологии: цель и текущее состояние
6. Современные информационные технологии: тенденции развития.
7. Пользовательский интерфейс информационных технологий и его виды.
8. Стандарты пользовательского интерфейса информационных технологий.
9. Критерии оценки информационных технологий.
10. Информационные технологии конечного пользователя.
11. Технология обработки данных и ее виды.
12. Технологический процесс обработки и защиты данных.
13. Графическое изображение технологического процесса, меню, схемы данных, схемы взаимодействия программ.
14. Технологии открытых систем.
15. Сетевые информационные технологии.
16. Электронная почта, телеконференции, доска объявлений.
17. Гипертекстовые и мультимедийные информационные системы.
18. Инфраструктура рынка информационных технологий.
19. Классификация рекламных носителей в Интернете. Преимущества и недостатки разных носителей.

20. Общие сведения об арт-бизнесе и рекламе. Интернет-реклама.
21. Характеристика основных видов интернет-рекламы.
22. Преимущества и недостатки текстовой рекламы.
23. Контекстная реклама.
24. Разновидности используемых баннеров.
25. Маркетинговые и рекламные исследования.
26. Основные социальные сети. Аудитория социальных сетей.
27. Рекламные презентации баннеров.
28. Презентации в рекламе. Инструменты разработки презентаций.
29. Технология создания презентаций. Пакет PowerPoint
30. Язык HTML
31. Создание Web – страниц.
32. Интернет-технологии по арт-бизнесу и рекламе
33. Создание рекламного видеоклипа:
34. Программные средства обработки информации. Основные виды, характеристика и назначение.
35. Прикладное программное обеспечение. Структура, основные виды
36. Системное программное обеспечение. Структура, основные виды.
37. Сервисное программное обеспечение. Структура, основные виды.
38. Технические средства обработки информации. Основные виды, характеристика и назначение.
39. Средства искусственного интеллекта. Виды, характеристика и назначение.
40. Мультимедийные технологии.
41. Программные продукты для создания Web-сайтов.
42. Правовое регулирование на рынке информационных продуктов и услуг. Законодательная база в сфере информационных технологий
43. Защита конфиденциальной информации в информационных технологиях и информационных системах. Основные направления и методы, программные продукты.

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Инструменты поиска информации по арт-бизнесу и рекламе в Интернете.
2. Правовые и этические вопросы рекламной деятельности в глобальной сети Интернет.
3. Информационное общество. Автоматизация и информатизация общества. Социальные последствия информатизации.
4. Защита конфиденциальной информации в информационных технологиях и системах: основные направления, методы и программные продукты.
5. Правовое регулирование на рынке информационных продуктов и услуг. Законодательная база в сфере информационных технологий.
6. Проблемы защиты информации при использовании современных интернет-технологий.

7. Провайдеры услуг Интернета в России: особенности и сравнительные характеристики.
8. Тенденции развития современных информационных технологий и информационных систем.
9. Проблемы защиты авторских прав в сети Интернет.
10. Влияние компьютерных сетей на человека.
11. Зависимость от компьютерной виртуальной реальности.
12. Интернет-общение: типы, особенности, тенденции и проблемы.
13. Социологические исследования и современные информационные технологии.
14. Интеллектуализация информационных систем социального назначения.
15. Возможности использования средств отображения и наглядного представления данных в арт-бизнесе. Современные мультимедийные средства.

6.2.4. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Предмет, содержание и задачи курса «Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе».
2. Информационные технологии (ИТ): определение понятия, назначение, структура, компоненты.
3. Этапы развития информационных технологий.
4. Свойства информационных технологий.
5. Основные виды информационных технологий.
6. Современные информационные технологии: цель и текущее состояние
7. Современные информационные технологии: тенденции развития.
8. Свойства информационных технологий.
9. Критерии оценки современных информационных технологий.
10. Информационные технологии конечного пользователя.
11. Технология обработки данных и ее виды.
12. Технологический процесс обработки и защиты данных.
13. Структура и состав информации в арт-бизнесе и рекламе
14. Источники информации по арт-бизнесу и рекламе
15. Рекламные технологии компьютерного рынка
16. Система электронного документооборота в арт-бизнесе и рекламе
17. Методы анализа данных. Информационные технологии анализа данных
18. Графическое изображение технологического процесса, меню, схемы данных, схемы взаимодействия программ.
19. Программные средства реализации информационных систем.
20. Компьютерные технологии прогнозирования Средства искусственного интеллекта.
21. Мультимедийные технологии в арт-бизнесе и рекламе
22. Презентации в рекламе. Инструменты разработки презентаций.
23. Технология создания презентаций. Пакет PowerPoint
24. Виды мультимедийных технологий, тенденции развития.

25. Анализ тенденций развития арт-бизнеса и рекламной политики: назначение, основные компоненты и методы.
26. Базы данных в арт-бизнесе и рекламе.
27. Анализ современных СУБД.
28. Сетевые современные информационные технологии.
29. Электронная почта, телеконференции, доска объявлений.
30. Гипертекстовые и мультимедийные информационные системы.
31. Глобальные системы.
32. Программные средства обработки информации. Основные виды, характеристика и назначение.
33. Прикладное программное обеспечение. Структура, основные виды
34. Системное программное обеспечение. Структура, основные виды.
35. Сервисное программное обеспечение. Структура, основные виды.
36. Технические средства обработки информации. Основные виды, характеристика и назначение.
37. Средства искусственного интеллекта. Виды, характеристика и назначение.
38. Глобальная сеть Интернет. Функциональное назначение и ресурсы Интернет
39. Программные продукты для создания Web-сайтов
40. Интернет-технологии в арт-бизнесе и рекламе
41. Интернет-сервисы анализа рекламной компании
42. Сервисы интернет-рекламы.
43. Рынок информационных услуг в арт-бизнесе и рекламе.
44. Правовое регулирование на рынке информационных продуктов и услуг. Законодательная база в сфере информационных технологий
45. Защита конфиденциальной информации в информационных технологиях и информационных системах: основные направления и методы
46. Программные продукты защиты конфиденциальной информации: основные виды, отличительные характеристики, принцип действия

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Агафонов А. Сетевой Маркетинг. Система рекрутирования в Интернете. - М.: Омега-Л, 2017. - 154 с.
2. Альберс Дж. Взаимодействие цвета. – М.: Колибри, 2017. - 216 с.
3. Антипов К.В. Основы рекламы. Учебник. 3-е изд.- М.: Дашков и К, 2018. -328 с.
4. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2018. - 120 с.
5. Боровик М. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас. – М.- Альпина Паблишер, 2017. - 270 с.
6. Вайссман Дж. Мастерство презентаций / Пер. с англ. – М.: ООО

«Вершина», 2004. – 288 с

7. Глазкова, С. А. PR-коммуникация в арт-бизнесе : учеб. пос. / С. А. Глазкова.СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. — 164 с.
8. Голицына, О.Л., Максимов, Н.В., Попов, И.И. Информационные системы: учеб.пособие / О.Л. Голицына, Н.В. Максимов, И.И. Попов. – М.: ФОРУМ. 2009. – 496 с.: ил.
9. Горяев К. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO от идеи до первых клиентов. – М.: Инфра-Инженерия, 2017. - 268 с.
10. Елизаветина Т.М. Компьютерные презентации: от риторики до слайд-шоу. – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2003. – 240 с.
11. Информатика. Базовый курс [Текст] : учеб. для вузов / под ред. С.В. Симоновича; [гриф МО]. - 3-е изд. - М; СПб. : Питер, 2014. - 637 с.
12. Информационные технологии в бизнесе: Пер. с англ.: Энциклопедия / Под ред. М.Желены.—СПб.: Питер, 2012.—112 с.
13. Информационные технологии в рекламе. – М.:КУДИЦ-Образ, 2016. – 240 с.
14. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации [Текст] : подготовка и создание медиатекста / А. Г. Киселёв ; [гриф УМО]. - СПб. : Питер, 2011. - 399 с.
15. Кажарнович В.Ф. SEO на результат. Простые и понятные методы продвижения в интернете. – СПб: Питер, 2017. - 320 с.
16. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. – М. Альпина Паблишер, 2018. - 344 с.
17. Ломакин П.А., Севостьянов А.В. Электронные презентации своими руками. – М.: Майор, 2004. – 352 с.
18. Мэндл С. Навыки эффективной презентации / Пер. с англ. Под ред. В.А. Спивака. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2003. – 96 с.
19. Перчинская. О. В. Использование Интернет-маркетинга для развития арт-бизнеса//Международная научная конференция «ProblemeeconomicealedezvoltăriiEuropene», 27–28 марта 2012. - FREEInternationalUniversityofMoldova “ULIM” Chisinau,ULIM , 2012.
20. Петроченков А. Введение в GoogleAnalytics. – СПб: Питер, 2018. - 224 с.
21. Романенко, В. Н. Сетевой информационный поиск: учебное пособие/ рек. УМО. – СПб.: Профессия, 2015. – 52 с.
22. Сенаторов А. Бизнес в Instagram. От регистрации до первых денег. – М.: Альпина Паблишер, 2017. - 156 с.
23. Советов, Б.Я. Информационные технологии [Текст] : учеб.для бакалавров / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский ; [гриф МО]. - 6-е изд. - М. : Юрайт, 2012. - 263 с. - (Бакалавр).
24. Толмачев А. Реклама в интернете. Курс молодого бойца. – СПб: БХВ, 2017. - 240 с.
25. Федеральный закон «О рекламе». Текст с последними изменениями и дополнениями на 2018 год. – М.: Эксмо, 2018. - 64 с.

26. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации. Возникновение четвертой волны. Учебное пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. - 216 с.
27. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. Учебник для бакалавров. – М.: Дашков и К, 2017. - 488 с.
28. Щербаков С. Таргетированная реклама. Точно в яблочко. – СПб: Питер, 2018. 352 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Безручко, В.Т. Компьютерный практикум по курсу "Информатика" : учеб.пособие для студентов вузов / В. Т. Безручко ; В.Т. Безручко. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Форум: ИНФРА-М, 2009. - 368 с. : ил.
2. ГоликВ. С.. Эффективность Интернет-маркетинга в бизнесе. - М.: Дикта, 2008.
3. Калабухова, Г.В. Компьютерный практикум по информатике. Офисные технологии : учеб.пособие для вузов / Г. В. Калабухова ; Г.В. Калабухова, В.М. Титов; [гриф УМО]. - М. : Форум: Инфра-М, 2008. - 336 с. : ил
4. Кашкина, М. Г. Медиакультура информационного общества в аспекте философского дискурса [Текст] :автореф. дис... канд. филос. наук : 24.00.01 : защищена 27 марта 2012 г. / Кашкина Мария Геннадьевна. - Краснодар, 2011. - 25 с. - б. ц.
5. КотлерФ., Дж. Шефф. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств. М.: Классика-XXI, 2004.
6. Панина, Г.В. Новые информационные технологии как основа культурный трансформаций в современном обществе / Г. В. Панина// Вопр. культурологии. - 2011. - № 2. - С.95-99.
7. Российский рекламный ежегодник. 2017. Под ред. Веселова С.В. М.: НСК, 2018. - 345 с.
8. Соболев Н., Назарчук Р., Жуковский К. YouTube. Путь к успеху. Как получить фуры лайков и тонны денег. – М.: АСТ, 2017. - 384 с.
9. Соболева Л. Феномен Инстаграма 2.0. Все новые фишки. – М.: АСТ, 2017. - 304 с.
10. Соболева Л.С. Феномен Инстаграма. Как раскрутить свой аккаунт и заработать. – М.: АСТ, 2017. - 272 с.
11. Соколов, А.В. Социальные коммуникации [Текст] : учеб.пособие для бакалавров / А. В. Соколов. - СПб : Профессия, 2014. - 287 с. - (Учебник для бакалавров). - ISBN 978-5-904757-65-6 (Изд-во "Профессия").
12. Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. Маркетинг в сфере культуры. - М.: Лань, Планета музыки, 2009.
13. Б. Халлиган, Д. Шах. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальныхсетейиблогов (Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs (The New Rules of Social Media)). М.: «Диалектика», 2010.

14. Харитонов, М.В. Психология современных массовых коммуникаций [Текст] : монография / М. В. Харитонов. - СПб. : СПбАУЭ, 2010. - 352 с.
15. Щербаков С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера. – СПб: Питер, 2017. - 320 с.
16. Энштейн М. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете. – М.: Альпина Паблишер, 2017. - 300 с.

7.3. Периодические издания

1. журнал «Информационное общество»
2. журнал «Педагогическая информатика»
3. журнал «Социология»

7.4. Интернет-ресурсы

1. Информатика. Том 1: Концептуальные основы [Электронный ресурс] : учебник / А. П. Фисун, В. А. Минаев, Н. С. Хохлов, М. М. Никитин, С. В. Дворянкин, С. В. Скрыль. - М.: Маросейка, 2008. - 464 с. - 978-5-903271-12-2. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=95946>
2. Комаров, А. Е. Мультимедиа-технология [Электронный ресурс] / А. Е. Комаров. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 77 с. - 978-5-504-00056-5. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141451>
3. Коротков, А. В. Мировые информационные ресурсы [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Коротков, А. М. Кузьмин. - М.: МГИМО-Университет, 2012. - 92 с. - 978-5-9228-0806-4. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=214625>
4. Крапивенко, А. В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Крапивенко. - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. - 272 с. - 978-5-9963-0918-4. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=222819>
5. Петров В.П., Петров С.В., Информационная безопасность человека и общества: учебное пособие. [Электронный ресурс] / Петров В.П., Петров С.В.. - М.: ЭНАС, 2007. - 334 с. - 978-5-93196-814-8. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=42835>
6. Сайт Всемирного саммита по информационному обществу [Электронный ресурс]: URL: <http://www.itu.int/wsis/> .
7. Сайт Глобального партнерства во имя знания [Электронный ресурс]: URL: <http://www.globalknowledge.org> .
8. Сайт Партнерства для развития информационного общества в России: [Электронный ресурс]:URL: <http://russia-gateway.ru> .
9. Сайт Целевой группы ООН по информационно-коммуникационным технологиям: <http://www.unicttaskforce.org>
10. Федеральный образовательный портал» <http://www.ecsocman.edu.ru/>
11. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
12. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации

(возникновение "Четвертой волны") [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, 2010. - 130 с. - 978-5-394-00830-6. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83328>

7.5. Методические рекомендации

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.
- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно-экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

7.6. Программное обеспечение

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными операционной системой WindowsXP2007Server, пакетами MSOffice; MSoffice 2007 pro; AdobeCS6; Adobe Premiere Pro, Magic Samplitude, SonySoundForgePro 9,10, SonyVegasPro 10, справочно-правовые системы Консультант Плюс, Гарант, выход в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, мобильный стенд.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Описание материально-технической базы

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для

самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Студенты пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

СОГЛАСОВАНО:
Проректор по учебной работе
_____ С.А. Трехбратова
« ____ » _____ 20__ г.

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

_____ (наименование)
Протокол № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

Исполнитель(и):
_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)
_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Заведующий кафедрой
_____/_____/_____/_____
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)