

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 31.07.2020 14:14:34

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

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

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой

арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

25 августа 2020 г., пр. №1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.03.01 Аудио-видеопроизводство коммуникативного продукта

Направление подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки Арт-бизнес и реклама

Форма обучения – очная, заочная

**Краснодар
2020**

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:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры электронных средств
массовой информации и новых медиа
факультета журналистики
Кубанского государственного университета

Е.Г. Сомова

Кандидат педагогических наук, доцент
кафедры телерадиовещания Краснодарского
государственного института культуры

Устрижицкий О.В.

Составитель: А.Ю. Куликов, кандидат философских наук, доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы 25 августа 2020 г., пр. №1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Аудио-видеопроизводство коммуникативного продукта» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 26 августа 2020 г., протокол № 1.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4-5
4. Структура и содержание дисциплины	5-6
4.1. Структура дисциплины:	5-6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	6-9
5. Образовательные технологии	9
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	9-13
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	13-14
7.1. Основная литература	13
7.2. Дополнительная литература	13-14
7.3. Периодические издания	14
7.4. Интернет-ресурсы	14
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	14
7.6. Программное обеспечение	14
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	14-15
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	16

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

- развитие аудиовизуального мышления и медиа коммуникативной образованности студентов;
- выявление выразительной и формообразующей роли звука в различных жанрах медиа.

Задачи:

- дать определения и наметить классификацию основных жанров медиа;
- выявить принципы функционирования музыки в жанрах медиа;
- показать контекстуальную специфику языка музыки в электронных медиажанрах;
- обосновать методику анализа музыки в жанрах медиа с позиций музыковедческого и киноведческого анализа;
- определить роль музыки в текстах, репрезентирующих различные медиажанры (художественный, документальный, анимационный кинематограф; аудио и видеореклама; видеоклипы; теле и радиопрограммы; компьютерные игры, аудио и видео реклама).
- наметить роль технологий мультимедиа в процессе анализа и в репрезентации результатов анализа произведений медиакультуры;
- внедрить формы творческих заданий по созданию конкретных медиажанров с акцентом на музыкальной составляющей;
- определить профессиональную компетентность студентов при работе со звуком в жанрах медиа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)». Теоретические знания, полученные при изучении данной дисциплины взаимосвязаны с предметами: «Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе», «Информационные технологии в рекламе и арт-бизнесе», а также видам практик.

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

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
ПК-3. Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса;	- основы технологий аудио-видеопроизводства коммуникационного рекламного продукта	- использовать под руководством технологии аудио-видеопроизводства коммуникационного рекламного продукта	- опытом использования под руководством технологий аудио-видеопроизводства коммуникационного рекламного продукта

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Рекламные видеотехнологии	5	32	32		44	Практическое задание
2	Звук в жанрах медиа	6	18	12	18	6	Практическое задание
3	Создание коммуникативной медиапродукции	6	14	20	18	2	Практическое задание
Итого:			64	64	36	52	216/6

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Рекламные видеотехнологии	5	6	6		168	Практическое задание
2	Звук в жанрах медиа	6	4		9		Практическое задание
3	Создание коммуникативной медиапродукции	6	2	6	9	6	Практическое задание

	Итого:	12	12	18	174	216/6
--	--------	----	----	----	-----	-------

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

По очной форме обучения

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	
Раздел 1 Классификация жанров медиа. Электронные медиа. (4 семестр)			
Тема 1.1. Виды и специфика рекламного видео	Лекции: Основные направления и тенденции коммуникативного видеопроизводства. Специфика режиссуры рекламного видео. Выразительные средства режиссуры. Функции и приемы художественного монтажа. Режиссерская экспликация-авторского замысла	16/0,44	ПК-3
	Практические занятия: Принципы классификации жанров медиа.	12/33	
	Самостоятельная работа Изучение литературы по режиссуре и драматургии видео продуктов	36/1	
Тема 1.2. Основы создания видео продукта	Лекции: Виды и типы оборудования, классификация видеокамер, программное и техническое обеспечение для видеомонтажа	16/0,44	ПК-3
	Практические занятия: Настройка и правила съемки видео Монтаж видео	20/0,55	
	Самостоятельная работа Анализ видеоматериалов в современных информационных ресурсах	8/0,22	
Раздел 2. Звук в жанрах медиа. (5 семестр)			
Тема 2.1. Принципы функционирования звука в медиа.	Лекции: Музыка в формах телевидения и радиовещания. Понятие формата радиовещания. Музыкальные форматы вещания. Исторический (разные периоды развития телевидения), жанровый (в зависимости от жанра передачи), авторский (выражение через музыкальный ряд формата канала или позиции автора программы) подходы к музыкальному оформлению телерадиопрограмм.	6/0,16	ПК-3
	Практические занятия: Музыка в авторских радио и телепрограммах.	4/0,1	
	Самостоятельная работа Подбор и анализ разножанровых примеров. Работа с литературой.	2/0,5	

Тема 2.2. Технология создания звукового ряда для радио и телевизионных программ.	Лекции: Влияние на выразительность музыкального языка визуальных, вербальных факторов. Музыка как средство формообразования и метроритмической организации в телевизионных программах. Коммуникативные функции музыки. Принципы программирования в радиовещании: содержательные, временные, структурные.	6/0,16	ПК-3
	Практические занятия: Классификации радиопрограмм, роль музыки в их структурировании через слоганы, фирменные акустические мостики, музыкальные заставки, перебивки, джинглы.	4/0,1	
	Самостоятельная работа Подбор и анализ разножанровых примеров.	2/0,5	
Тема 2.3. Рекламный ролик и видеоклип	Лекции: Принципы классификации рекламы (по воздействию на потребителя, по времени проведения рекламной кампании, по техническим признакам, по типу заказчика, по воздействию на органы чувств). Виды рекламы на радио и телевидении. Три составляющих звука в рекламе: 1) голос - вербальный текст; 2) музыка; 3) шумовые эффекты. Физиологические (регистр, тембр) и контролируемые (артикуляция, темп, фонация) параметры голоса в рекламе. Роль естественно-природных и предметно-функциональных шумовых эффектов в рекламе. Функции музыки в рекламе. Музыкальные символы в рекламе (индивидуализированный музыкальный материал, рекламная песня, музыкальный слоган, музыкальный логотип), их особенности. Принципы классификации видеоклипов: 1) по содержательному ряду (сюжетные, бессюжетные, концертно-танцевальные, имиджевые, образно-поэтические); 2) по типу подачи исполнителя (закадровое и внутрикадровое звучание голоса, концертный клип, игровой клип); 3) по технике создания видеоряда (компиляционные, съемочные, комбинированные).	6/0,16	ПК-3
	Практические занятия: Приемы музыкальной звукорежиссуры и их роль в создании рекламных аудио и видеороликов.	4/0,1	
Раздел 3. Создание коммуникативной Медиа продукции (5 семестр)			
Тема 3.1. Методика и практика создания медиа	Практические: Создание аудиовизуальной продукции к теле и радио программам. Компиляция видеоклипов. Создание звуковых дорожек к компьютерным играм.	14/0,38	ПК-3

продукции	<u>Практические занятия:</u> создание аудиовизуального коммуникативного продукта	20/0,55	
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа по монтажу и подбору музыки в рекламе, видеоклипе	2/0,5	
Вид итогового контроля (экзамен)		36/1	
ВСЕГО:		216/6	

По заочной форме обучения

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	
Раздел 1 Классификация жанров медиа. Электронные медиа. (4 семестр)			
Тема 1.1. Виды и специфика режиссуры рекламного видео	Лекции: Основные направления и тенденции коммуникативного видеопроизводства. Специфика режиссуры рекламного видео. Выразительные средства режиссуры. Функции и приемы художественного монтажа. Режиссерская экспликация-авторского замысла	2/0,5	ПК-3
	Практические занятия: Принципы классификации жанров медиа.	2/0,5	
	Самостоятельная работа Изучение литературы по режиссуре и драматургии видео продуктов	72/2	
Тема 1.2. Основы создания видео продукта	Лекции: Виды и типы оборудования, классификация видеокамер, программное и техническое обеспечение для видеомонтажа	4/0,1	ПК-3
	Практические занятия: Настройка и правила съемки видео Монтаж видео	4/0,1	
	Самостоятельная работа Анализ виноматериалов в современных информационных ресурсах	96/2,6	
Раздел 2. Звук в жанрах медиа. (5 семестр)			
Тема 2.1. Принципы функционирования звука в медиа.	Лекции: Музыка в формах телевидения и радиовещания. Понятие формата радиовещания. Музыкальные форматы вещания. Исторический (разные периоды развития телевидения), жанровый (в зависимости от жанра передачи), авторский (выражение через музыкальный ряд формата канала или позиции автора программы) подходы к музыкальному оформлению	2/0,5	ПК-3

	телерадиопрограмм.		
	<u>Практические занятия:</u> Не предусмотрено		
	<u>Самостоятельная работа</u> Не предусмотрено		
Тема 2.2. Технология создания звукового ряда для радио и телевизионных программ.	<u>Лекции:</u> Влияние на выразительность музыкального языка визуальных, вербальных факторов. Музыка как средство формообразования и метроритмической организации в телевизионных программах. Коммуникативные функции музыки. Принципы программирования в радиовещании: содержательные, временные, структурные.	2/0,05	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Не предусмотрено		
	<u>Самостоятельная работа</u> Подбор и анализ разножанровых примеров.	2/0,5	
Тема 2.3. Рекламный ролик и видеоклип	<u>Лекции:</u> Не предусмотрено		ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Не предусмотрено		
Раздел 3. Создание коммуникативной Медиа продукции (5 семестр)			
Тема 3.1. Методика и практика создания медиа продукции	<u>Практические:</u> Создание аудиовизуальной продукции к теле и радио программам. Компиляция видеоклипов. Создание звуковых дорожек к компьютерным играм.	2/0,05	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> создание аудиовизуального коммуникативного продукта	6/0,16	
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа по монтажу и подбору музыки в рекламе, видеоклипе	6/0,16	
Вид итогового контроля (экзамен)		18/0,55	
ВСЕГО:		216/6	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе обучения курсу «Аудио-видеопроизводство коммуникативного продукта» применяются активные и интерактивные формы проведения занятий.

- Лекционные занятия: изложение теоретических положений курса, проиллюстрированные примерами из прикладной музыки.
- Практические занятия по созданию аудиовизуального продукта.
- Самостоятельная работа с литературой по проблемам.
- Просмотр видеоматериалов с их последующим анализом.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

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

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: рефераты, анализ медиажанров в аспекте звуковой составляющей.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)

Дать краткие определения данным понятиям

Аллюзия	Медиаобразование
Вербальный текст	Монотематизм
Видеоклип	Монтаж
Внутрикадровая музыка	Монтажный ритм
Драматургия	Музыкальный логотип
Закадровая музыка	Музыкальный слоган
Жанры кинематографа	Музыкальная разбивка
Жанры музыкальные	Первичные жанры
Классификация видеоклипов	Видеоклип
Клиповый монтаж	Система лейтмотивов
Коллаж	Сонористика
Кульминация	Стилизация
Лейтмотив	Средства музыкальной выразительности
Лейтмотив-символ	Функции звука в рекламе
Медiateкст	Цитата
Медиажанр	Жанры рекламы
Минимализм	

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля(не предусмотрено).

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Специфика драматургии телевизионного рекламного ролика.
2. Идеино-тематическая основа драматургический фундамент любого рекламного
3. сюжета.
4. Понятие образно-смыслового хода сценария видеорекламы.
5. Последовательность работы над сценарием рекламного видеоролика
6. (характеристика этапов).
7. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
8. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
9. Классическая музыка как объект цитирования в рекламе
10. Джазовый пласт как объект цитирования в рекламе
11. Рок-музыка как объект цитирования в рекламе

12. Песенный пласт (фольклор, песни советских композиторов) как объект цитирования в рекламе
13. Музыка немого кинематографа
14. Жанры музыкальных передач: тематика, стилистика, форма
15. Соотношение музыкального и визуального рядов в структурировании видеоклипа
16. Взаимосвязь жанровой специфики музыкального материала с композиционной стороной в видеоклипе.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
3. Понятие технического монтажа (современные технологии).
4. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.
6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.
7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария
8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы,
9. примерные расценки на производимые работы)
10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.
13. Специфика рекламного сценария.
14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.
17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и
19. возможности).
20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
3. Понятие технического монтажа (современные технологии).
4. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.
6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.

7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария
8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы,
9. примерные расценки на производимые работы)
10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.
13. Специфика рекламного сценария.
14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.
17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и
19. возможности).
20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.
21. Текст, медиатекст – определение понятий
22. Категории медиа
23. Функции музыки в медиатексте
24. Принципы сочетания музыки с видеорядом
25. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста
26. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа
27. Приемы музыкальной звукорежиссуры и их роль в создании рекламных аудио и видеороликов
28. Музыкальный слоган и логотип, их роль в рекламной теле и радиокоммуникации
29. Индивидуализированный музыкальный материал в теле и радиорекламе
30. Принципы классификации видеоклипа
31. Функции музыки в радио и телеэфире
32. Кульминации в медиатекстах: виды, местоположение в форме целого, роль музыки в их создании
33. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста
34. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа
35. Роль звука в рекламе

На экзамен студент представляет творческих мультимедийных заданий.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине (не предусмотрены)

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ(не предусмотрена)

**7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ
ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

И

7.1. Основная литература

1. Холопова, В.Н. Феномен музыки / В.Н. Холопова. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 384 с. - ISBN 978-5-4458-6481-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230073> (07.04.2016).

2. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (07.04.2016).

7.2. Дополнительная литература

1. Шак, Т.Ф. Музыка в структуре медиатекста [Текст]: программа для высших учебных заведений / Т.Ф. Шак. – Краснодар: Эоловы струны, 2006. – 30 с.

2. Шак, Т.Ф. Анализ медиатекста в аспекте музыкального формообразования [Текст] / Т.Ф. Шак // Медиаобразование. – №2. – 2010. – С. 32-36.

3. Бонфельд, М.Ш. Анализ музыкальных произведений: Структуры tonальной музыки: уч. пособие для студентов высших уч. заведений: в 2 ч. Ч.1. [Текст] / М.Ш. Бонфельд – М.: Гуманитарный изд. центр Владос, 2003. — 256 с.

4. Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - М. : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. - (Университетская библиотека Александра Погорельского). - ISBN 5-91129-037-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955> (27.04.2016).

5. Шустрова, О.И. Пространство медиа искусства / О.И. Шустрова. - СПб : Алетейя, 2013. - 132 с. - ISBN 978-5-91419-830-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138939> (27.04.2016).

6. Бонфельд, М.Ш. Музыка: Язык. Речь. Мышление. Опыт системного исследования музыкального искусства [Текст] / М.Ш. Бонфельд. – СПб.: Композитор, 2006. – 646 с.

7.3. Периодические издания

- 1 Киносценарий
2. Музыкальная академия
3. Музыкальная жизнь
4. Медиамузыка

7.4. Интернет-ресурсы

1. Образовательные ресурсы интернета <http://www.alleng.ru/edu/>
2. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/>

3. Федеральный портал «Российское образование»
<http://www.edu.ru/>

4. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
<http://fcior.edu.ru/>

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Творческие мультимедийные задания должны создаваться после тщательного анализа профессиональной мультимедийной продукции. В подборе тематики рекламных роликов, видеоклипов, звуковых заставок к телепередачам, компьютерным играм следует руководствоваться вкусовыми предпочтениями ассистента-стажера.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – Windows 10,; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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), возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся 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**

на 20__-20__ уч. год

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)
---------------------------------	---	--------------------	---	-------------------	---	-----------------