



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет культуры

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Реклама библиотечно-информационной деятельности**

**Кафедра библиотековедения и библиографии факультета культуры**

**О**

бразовательная программа

**51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность**

Профиль подготовки

**Организационное и документационное обеспечение управления**

Уровень высшего образования

**бакалавриат**

Форма обучения

**Очная, заочная**

Статус дисциплины:

**Вариативная(по выбору)**

**Б1.В.13**

Махачкала, 2020

Рабочая программа дисциплины «Реклама библиотечно-информационной деятельности» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность», уровень бакалавриата от «6» декабря 2017 г. №1182


Разработчик: кафедра библиотековедения и библиографии  
Лошаковская Зарина Казимовна – кандидат исторических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:  
на заседании кафедры библиотековедения и библиографии  
« 27 » мая 2020г., протокол № 9


И.о. зав. кафедрой  Лошаковская З.К..

на заседании Методической комиссии факультета культуры от « 28 » мая 2020 г.,  
протокол № 9

Председатель  Гаджиева Р.И.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением  
« 29 »  2020г. \_\_\_\_\_

Начальник УМУ

 Гасангаджиева А.Г.



		ии	ные занятия	еские занятия		экзамен	анный зачет, экзамен
9	10	4		6		62	зачет

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются – формирование у студентов представления о сущности и отраслевой специфике рекламной и дизайнерской деятельности в библиотечно-информационных учреждениях; обеспечить будущего специалиста необходимыми знаниями в области теории, методологии и практики современной рекламной деятельности, организации, планирования и разработки механизма подготовки и распространения библиотечной рекламы и осуществления дизайна.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Реклама и дизайн в библиотеке» входит в вариативную часть (по выбору) основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению **05.03.06 Библиотечно-информационная деятельность**. Организация учебного процесса и преподавание курса учитывают межпредметные связи, в том числе полученные студентами знания при изучении предшествующих дисциплин, а также материал параллельно осваиваемых учебных предметов. Учебная дисциплина «Реклама и дизайн в библиотеке» тесно связана с курсами «Менеджмент библиотечно-информационной деятельности», «Маркетинг библиотечно-информационной деятельности»

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)	<b>Знает:</b> разные виды коммуникации (устную, письменную, вербальную, невербальную, реальную, виртуальную, межличностную и др.) для установления эффективного взаимодействия и достижения поставленной цели <b>Умеет:</b> устанавливать и развивать профессиональные контакты организовывать работы в соответствии с общими целями развития. <b>Владет:</b> навыками разработки мероприятий по координации деятельности включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
ОПК-4	Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы	<b>Знает:</b> номенклатуру и назначение документов, регламентирующих профессиональную деятельность;

	<p>профессиональной этики</p>	<p>основные этапы и перспективы развития в профессиональной области; уровень разработанности и научной обоснованности конкретных проблем и тематик в профессиональной сфере</p> <p><b>Умеет:</b> Уметь: адекватно оценивать результаты своей профессиональной деятельности на основе требований профессиональных стандартов: критически оценивать результаты собственных научных исследований; сопоставлять результаты научно-исследовательской работы на разных уровнях, учитывая возможности и перспективы реализации на практике новых подходов и инновационных разработок; изменить профиль профессиональной деятельности, готовить новые проекты</p> <p><b>Владет:</b> навыками применения профессиональных стандартов. навыками критического переосмысления накопленного опыта; навыками изменения профиля профессиональной деятельности.</p>
ПК-3	<p>Способен организовывать и проводить мероприятия в соответствии с потребностями организации</p>	<p><b>Знает:</b> теорию и методику проведения массовых информационно-культурных программ; механизмы поиска информации в традиционной библиотечной и электронной среде; алгоритмы адресного, тематического и фактографического поиска</p> <p><b>Умеет:</b> разрабатывать массовые информационно-культурные программы, в том числе по формированию информационной культуры; проводить консультации, направленные на освоение методов поиска и критического анализа информации</p> <p><b>Владет:</b> методикой проведения массовых мероприятий; навыками поиска информации в традиционной библиотечной и электронной среде, используя алгоритмы адресного, тематического и фактографического</p>

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 32 академических часов.

#### 4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости ( <i>по неделям семестра</i> )  Форма промежуточной аттестации ( <i>по семестрам</i> )
				Лекции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Контроль.		
<b>Модуль I. Рекламная деятельность библиотечно-информационных учреждений.</b>									
1	Понятие рекламы цели, задачи сущность	8		2	2			8	Индивидуальный опрос
2	Функции и принципы библиотечной рекламы	8		2	2			8	фронтальный опрос,
3	Законодательно- правовые основы рекламной деятельности в библиотечном деле	8		2	2			10	тестирование
4	Типы и виды рекламы библиотеки	8		2	2			10	проверка конспектов
	<i>Итого по модулю 1:</i>			8	8			36	контрольная работа
<b>Модуль 2. Технология рекламы Библиотечно-информационной деятельности</b>									
5	Технология различных видов библиотечной рекламы:	8		2	2			10	Индивидуальный опрос
6	Роль рекламы в формировании и развитии имиджа библиотеки	8		2	2			10	фронтальный опрос
7	Формирование фирменного стиля библиотеки	8		2	2			10	тестирование
8	Психологические основы восприятия рекламы	8		2	2			10	проверка конспектов,

	пользователями в библиотеке							
	<i>Итого по модулю 2:</i>		8	8			40	контрольная работа
	<b>ИТОГО</b>		16	16			76	

### Заочно

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Всего	Аудиторные занятия			Самост. работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
<b>Раздел I. Рекламная деятельность библиотечно-информационных учреждений.</b>						
1	Понятие рекламы цели, задачи сущность	7	1			6
2	Функции и принципы библиотечной рекламы	7	1			6
3	Законодательно-правовые основы рекламной деятельности в библиотечном деле	7		1		6
4	Типы и виды рекламы библиотеки	7		1		6
5	Каналы и средства распространения рекламы библиотеки	8				8
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36	2	2		32
<b>Раздел II. Технология рекламы Библиотечно-информационной деятельности</b>						
1	Технология различных видов библиотечной рекламы:	7	1	1		6
2	Роль рекламы в формировании и развитии имиджа библиотеки	7	1	1		6
3	Формирование фирменного стиля библиотеки	11		1		6
4	Психологические основы восприятия рекламы пользователями в библиотеке	7		1		6
	<i>Итого по модулю 2:</i>	32	2	4		26+4
	<b>ИТОГО</b>	72	4	6		62

#### 4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам.

#### ***4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.***

### **Модуль I. Рекламная деятельность библиотечно-информационных учреждений.**

#### ***Тема 1. Понятие рекламы цели, задачи сущность.***

Цель, задачи и содержание курса. Связь и соотношение с другими общенаучными и специальными дисциплинами. Значение курса в профессиональной подготовке специалистов библиотечного дела. Методологическая база и историография курса. Самостоятельная работа студентов в процессе изучения курса. Источники и литература.

Разнообразие понятий рекламы. Цели рекламы: информационная, агитирующая. Задачи рекламы. Совокупность информационно-пропагандистского воздействия рекламных средств и мероприятий на потребности населения в библиотечной продукции и услугах. Формирование и стимулирование потребительского спроса. Аспекты: экономический, просветительный, воспитательный, психологический, эстетический.

#### ***Тема 2. Функции и принципы библиотечной рекламы.***

Формирование спроса на ресурсы, услуги и продукцию библиотеки и популяризация новых библиотечно-информационных услуг. Информирование потенциальных пользователей о библиотечных услугах и продукции и пропаганда книги и чтения. Формирование потребностей и потенциальных пользователей. Стимулирование спроса на услуги и продукцию. Создание определенного представления о потребительских свойствах услуг, адресности, предназначении, условиях получения и использования. Психологическое воздействие на потенциальных пользователей библиотеки. Создание имиджа библиотеки.

#### ***Тема 3. Законодательно-правовые основы рекламной деятельности в библиотечном деле.***

Общий обзор и комментирование Федерального закона РФ «О рекламе». Основные понятия, используемые в законе: надлежащая реклама, рекламодаделец, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель рекламы, социальная реклама, недобросовестная реклама, недостоверная реклама, неэтичная реклама, заведомо ложная реклама, скрытая реклама и др.

Общий обзор и комментирование Международного кодекса рекламной практики. Основные права и обязанности субъектов рекламной деятельности в библиотечном деле.

#### ***Тема 4. Типы и виды рекламы библиотеки.***

Подразделение рекламы книги на типы: по целевому назначению, по месту использования, по способу использования и технологическим средствам, по воздействию на органы чувств, по адресу, по массовости воздействия, по содержанию рекламного средства. Виды рекламы: адресная (информационная), престижная (создание положительного образа).

### **Модуль II. Библиотечный дизайн.**

#### ***Тема 5. Технология различных видов библиотечной рекламы:***



Специфика различных видов и форм библиотечной рекламы. Разновидности печатной библиотечной рекламы: рекламный проспект, рекламная листовка, рекламный плакат, рекламный буклет. Виды рекламы в газетах: классифицируемая, демонстрационная, приложения и рекламные вставки. Рекламные материалы в журналах – их особенности. Формы прямой рекламы. Радиореклама и специфика ее средств. Особенности световой рекламы. Реклама на бортах транспортных средств. Рекламные витрины. Баннеры (рекламные растяжки). Критерии выбора средств рекламы.

Прямая почтовая реклама. Реклама в прессе. Печатная реклама. Экранная реклама. Радиореклама. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Сувенирная реклама. Витринная реклама. Витринно-выставочные средства (декоративные и рекламные тексты). Плакатно-графические (плакаты, афиши, вывески, указатели, ценники, транспаранты и др.). Печатные (листовки, проспекты, каталоги, альбомы, рекламные вкладыши, буклеты). Газетно-журнальные (объявления, сообщения, статьи, обзоры, аннотации). Торгово-промышленные (товарные знаки, фирменные стили). Радиотелевизионные (текстовые, музыкально-текстовые, зрительные, зрительно-словесные, скетчи, консультации, беседы, обзоры, репортажи, комментарии, корреспонденции). Световые (газосветные и электрические рекламные установки, вывески, надписи, указатели)

### ***Тема 6. Роль рекламы в формировании и развитии имиджа библиотеки***

Реклама в становлении и развитии имиджа библиотеки. Реклама и паблик рилейшнз. Имидж библиотеки. Основные требования, предъявляемые к имиджу. Субъекты библиотечной рекламы: рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители, потребители рекламы. Обязанности участников рекламной деятельности. Спонсорство и благотворительность в рекламе. Координация деятельности библиотек с другими рекламными службами. Рекламные кампании и их признаки.

### ***Тема 7. Формирование фирменного стиля библиотеки.***

Основные составные элементы фирменного стиля: знаки коммуникации и ориентации, эмблема, значок, фирменная одежда, визитные карточки сотрудников, фирменная реклама. Выполнение эскизов элементов фирменного стиля. Художественная реклама как элемент фирменного стиля библиотеки. Выполнение эскиза элементов фирменного стиля.

### ***Тема 8 Психологические основы восприятия рекламы пользователями в библиотеке***

Группы потребителей рекламы и особенности восприятия ими рекламной продукции. Основные средства распространения библиотечной рекламы. Виды рекламного психологического воздействия. Реклама информирующая, убеждающая, внушающая, напоминающая, побуждающая. Постановка психологических задач. Особенности восприятия слова и зрительного образа. Проблемы внимания, понимания и запоминания рекламных обращений. Вопросы доверия в рекламе. Потребность в рекламе. Установка на восприятие рекламы.

#### **4.3.2. Содержание лабораторно-практических занятий по дисциплине.**

**Темы практических и/или семинарских занятий.**

**Тема 1. Организационно-правовая база рекламной деятельности и ее применение в библиотечно-информационных учреждениях.**

***Вопросы для обсуждения:***

1. Федеральный закон РФ «О рекламе».
2. Международный кодекс рекламной практики.
3. Основные права и обязанности субъектов рекламной деятельности в библиотечном деле.

***Литература:***

1. О рекламе: Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ //Рос.газ. – 1995. – 25 июля.
2. О товарных знаках, знаках обслуживания и наименовании мест происхождения товаров: Закон РФ от 23 сент. 1992 г. № 3520-1 //Рос.газ. – 1992. – 17 окт.
3. Об авторском праве и смежных правах: Закон РФ от 9 июля 1993 г. № 5351-1 //Рос. Газ. – 1993. – 3 авг.
4. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия, 1997 - 100с
5. Песоцкий Е.А. Современная реклама: Теория и практика. – Ростов н/Д, 2003. – 352с
6. Реклама предприятия: Правовое регулирование. - М, 1996. - 127 с.

**Тема 2. Структура и состав маркетинговых коммуникаций.**

***Вопросы для обсуждения:***

1. Связи с общественностью как основа маркетинговых коммуникаций в библиотеке.
2. Реклама как элемент связей с общественностью.
3. Паблицити, адветориал, пропаганда – сопутствующие элементы маркетинговых коммуникаций.

***Литература:***

1. Ашервуд Б. Азбука общения, или Паблик рилейшинз библиотеки / Б. Ашервуд .- М.: Либерия, 1995 .- 176 с.
2. Борисова О.О. Библиотечно-библиографическая реклама : учеб.-практ. пособие / О.О. Борисова .- М.: ИПО Профиздат; изд-во МГУК, 2002 .- 224 с.
3. Клюев В.К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности: учеб. пособие / В.К.Клюев, Е.М. Ястребова .- М.: МГУК, 1998 .- 144 с.
4. Чрелашвили О. Реклама в библиотеке и реклама библиотек / О. Чрелашвили // Библиотечное дело .- 2004 .- № 8 .- С. 31-34.
5. Штыхван В. Искусство привлекать. Связь с общественностью и формирование имиджа / В. Штыхван // Библиотечное дело .- 2004 .- № 6 .- С. 22-24.

**Тема 3. Рекламные технологии и их применение в библиотечно-информационной деятельности.**

***Вопросы для обсуждения:***

1. Процесс разработки рекламной стратегии.
2. Специфика информационно-библиотечных ресурсов как объекта рекламной деятельности.
3. Рекламное сообщение, его функциональные и структурные особенности.
4. Методы привлечения внимания к рекламе.

***Литература:***

1. Беклешов Д В , Попырин В И Реклама в системе маркетинга. Учебное пособие. -

- М, 1989. - 124с
2. Балашова Е.В. Библиотечный дизайн: учеб. пособие / Е.В. Балашова, М.Н.Тищенко, А.Н.Ванеев .- М.: Гардарики, 2004 .- 288 с.
  3. Борисова О.О. Библиотечно-библиографическая реклама : учеб.-практ. пособие / О.О. Борисова .- М.: ИПО Профиздат; изд-во МГУК, 2002 .- 224 с.
  4. Викентьев И.Л. Приемы рекламы. – СПб, 1995. - 120 с
  5. Картер Г. Эффективная реклама: Путеводитель для малого бизнеса.; Пер. с англ. – М, 2001 - 244 с.
  6. Кохтев Н. Н. Реклама. Искусство слова - М, 1997. - 120 с.
  7. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия, 1997 - 100с.
  8. Михнева И. Б., Цесарская Г. Л. Как сделать рекламу библиотеки: теория , методика, практика. – М: РГБ, 1996. - 220 с.
  9. Музыкант В. Л. Реклама: функции, цели, каналы распространения: Курс лекций. - М, 1997.- 212 с.

#### **Тема4. Реклама в Интернет**

##### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Особенности, преимущества и недостатки рекламы в Интернет.
2. Основные технологии и методы Интернет-рекламы.
3. Особенности создания рекламных сообщений в Интернете.
4. Основные требования к построению текстового и изобразительного ряда рекламного сообщения.
5. Гипертекст как носитель рекламной идеи.

##### ***Литература:***

1. Картер Г. Эффективная реклама: Путеводитель для малого бизнеса.; Пер. с англ. – М, 2001 - 244 с.
2. Кохтев Н. Н. Реклама. Искусство слова - М, 1997. - 120 с.
3. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия, 1997 - 100с.
4. Михнева И. Б., Цесарская Г. Л. Как сделать рекламу библиотеки: теория , методика, практика. – М: РГБ, 1996. - 220 с.
5. Музыкант В. Л. Реклама: функции, цели, каналы распространения: Курс лекций. - М, 1997.- 212 с.
6. Панкратов Ф. Г., Серегина Т. К. и др. Рекламная деятельность. - М, 1999 - 364с.
7. Песоцкий Е.А. Современная реклама: Теория и практика. – Ростов н/Д, 2003. – 352с.
8. Соболева Е. Создание home page //Библиотека. – 1998. - №1. - С.55-54.
9. Якутова М. Pura lex – sed lex! / М. Якутова // Библиотечное дело .- 2004 .- № 10 .- С. 2-12.

##### **Практические задания**

1. Анализ рекламных продуктов
2. Предъявление аргумента в рекламном тексте.
3. Разработка рекламной стратегии конкретной библиотеки.
4. Оформление книжно-иллюстративной библиотечной выставки.
5. Оформление тематических книжных стендов, витрин, плакатов.

6. Выполнение эскизов элементов фирменного стиля.

## 5. Образовательные технологии

В процессе изучения курса у студентов развиваются такие методы мышления, как выдвижение гипотез и формулирование проблем, анализ, синтез, индукция, дедукция, абстрагирование, конкретизация, обобщение, ограничение, аналогия, противоположность.

В ходе освоения дисциплины, при проведении аудиторных занятий используются такие образовательные технологии как: лекции с использованием наглядных пособий, практические и семинарские занятия с использованием активных и интерактивных форм их проведения, разбираются кейсовые задания, проводятся контрольные работы. При организации самостоятельной работы на занятиях используются такие образовательные технологии как: разбор конкретных ситуаций, работа с дополнительной литературой, подготовка устных докладов.

### **Учебная работа и содержание деятельности по дисциплине**

Учебная работа подразделяется на следующие виды: занятия в аудитории и самостоятельную работу студентов.

#### **Организация лекционных занятий**

Первое лекционное занятие отличается от остальных занятий вводной частью. Вводная часть занятия происходит следующим образом:

- знакомство с учебной группой (группами);
- рекомендуется список литературы для самостоятельного изучения по предмету и дается ссылка на программу дисциплины в сети Internet;
- дается краткая характеристика дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»;
- описание образовательного процесса по дисциплине в течение семестра.

После этого начинается переход к теме первой лекции. Студенты записывают тему лекции и вопросы, которые будут рассматриваться в ней. Далее излагаются последовательно все вопросы по данной теме. По мере необходимости на доске рисуются диаграммы, графики, таблицы, которые заносит в конспект студенты. Лекции проходят в активной форме: в ходе лекции задаются вопросы аудитории. Приветствуются вопросы от студента к преподавателю.

Примечание. Во время проведения лекционных занятий возможно применение аудио - визуальных средств технических средств.

#### **Организация практических занятий (семинаров)**

Практические занятия (семинары) состоят из устных докладов студентов, организации дискуссий и решения задач в режиме соревнований.

Устные доклады организуются следующим образом:

- прослушивается выступление студента по избранной теме;
- студент, выступивший с докладом, отвечает на вопросы от группы или преподавателя, которые возникают после выступления;
- преподаватель дает общую оценку выступлению, в котором указывает на его достоинства и недостатки и ставит оценку студенту за выступление.

Выступления оцениваются по следующим критериям:

- по степени соответствия содержания теме доклада;
- по полноте охвата и глубине знания предмета;
- четкости и аргументированности ответа;
- по уровню изложения материала студентами.

Дискуссии организуются следующим образом:

- выявляются проблемные вопросы (например - проблема терроризма, от которой страдают люди во многих странах мира);
- студентами предлагаются различные варианты, чтобы жизнь на Земле была

более безопасной и комфортной для людей;

- в ходе дискуссий выявляется ряд рациональных решений;
- за наиболее рациональные и оригинальные решения студенты получают оценки.

В предложенных решениях оцениваются полнота охвата и глубина знания проблемы, четкость, аргументированность решений.

*Организация решения задач в режиме соревнования.*

Группе предлагается задача, которую надо решить правильно и быстро, насколько это возможно. Если наблюдается затруднение в решении, то выдаются подсказки, которые способствуют решению задачи. В решениях задач оценивается ясность, четкость, логичность, а также быстрота решения. За правильное и оперативное решение студенты получают оценки. Если же и после подсказки у группы сохраняется проблема с решением задачи, то преподаватель на доске показывает группе полное решение с подробным объяснением метода решения задачи.

Далее, если есть время, предлагается для решения следующая задача.

*Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и изучению дисциплины.*

К самостоятельной работе студентов относятся: повторение учебного материала с целью закрепления, ознакомление с литературой по данному разделу, подготовка к семинарам и к контрольной работе, работа над рефератом. Во время самостоятельной работы студенты должны усвоить пройденный материал, ознакомиться с дополнительной литературой с целью более глубокого понимания изучаемых вопросов и расширения кругозора.

Подготовка к семинарам и к контрольной работе имеют много общего. В обоих случаях необходимо ознакомиться с дополнительной литературой и тем объемом пройденного лекционного материала, который необходим для подготовки. Отличие заключается в объемах материала. Подготовка к контрольной работе выполняется в объеме всех тем, пройденных до контрольной работы, а к семинару - в объеме одной, двух тем.

Самостоятельная работа над рефератом начинается с выбора исходного материала, в качестве которого могут быть печатные издания, источники из сайтов Internet. После анализа материала составляется краткое оглавление по теме. Затем следует последовательно скомпоновать содержание реферата в соответствии с оглавлением. Помимо текстовой части реферат может включать табличный материал, рисунки, если это улучшает качество изложения. В конце изложения приводится список использованной литературы и ссылки на материалы из сети интернет, если это имеет место. Реферат оформляют печатным или рукописным способом, с оглавлением и титульным листом. К самостоятельной работе относится также подготовка к сдаче устного зачета по билетам путем повторения и усвоения учебного материала, чтения литературы по курсу.

В рамках учебного курса предусматриваются встречи с руководителями библиотечного дела, участие в научно-практических конференциях.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.**

К самостоятельной работе студентов относятся: повторение учебного материала с целью закрепления, ознакомление с литературой по данному разделу, подготовка к семинарам и к контрольной работе, работа над рефератом. Во время самостоятельной работы студенты должны усвоить пройденный материал, ознакомиться с дополнительной литературой с целью более глубокого понимания изучаемых вопросов и расширения кругозора.

Подготовка к семинарам и к контрольной работе имеют много общего. В обоих случаях необходимо ознакомиться с дополнительной литературой и тем объемом прой-

денного лекционного материала, который необходим для подготовки. Отличие заключается в объемах материала. Подготовка к контрольной работе выполняется в объеме всех тем, пройденных до контрольной работы, а к семинару - в объеме одной, двух тем.

Самостоятельная работа по дисциплине предполагает также подготовку и публичную защиту рефератов по одной из числа ниже предложенных тем. Тему реферата студенты выбирают самостоятельно в соответствии с собственными интересами и потребностями в октябре за полтора месяца до его защиты.

Студенту предстоит самостоятельно найти литературу, однако преподаватель оставляет за собой роль консультанта, объясняющего, к каким источникам библиографической информации следует обратиться в каждом конкретном случае. Студенты учатся вести поиск необходимых сведений о документах по текущему указателю «Библиотечное дело и библиография», выпускаемому НИЦ «Информкультура» Российской государственной библиотеки, профессиональным периодическим изданиям («Библиотековедение», «Библиополе», «Независимый библиотечный адвокат», «Библиотечное дело – XXI век», «Научные и технические библиотеки» и др.) Выявляя литературу, можно использовать каталоги и картотеки Национальной библиотеки им. Р. Гамзатова, Центральной городской библиотеки, им. С.Стальского, Республиканской детской библиотеки им. Н. Юсупова, Научной библиотеки Даггосуниверситета, Фундаментальной библиотеки Даггоспедуниверситета. В качестве источника поиска необходимых документов могут выступать приставные и прикнижные списки.

Реферат должен содержать анализ опубликованных за последние годы документов. По мере необходимости студент может расширить хронологические границы поиска материала. Изложение сведений в реферате должно отвечать требованиям лаконичности, ясности, содержать собственную оценку предлагаемой информации.

В тексте обязательно должны присутствовать ссылки на литературу. Их оформление должно соответствовать следующим правилам:

1. Если в реферате полностью приводится высказывание автора одной из публикаций, то оно заключается в кавычки. Ссылка оформляется таким образом: [12, с. 34], где 12 – порядковый номер записи документа в списке использованных источников, с.34 – та страница, с которой приводится в реферате дословное высказывание.
2. Если в реферате студент своими словами излагает чью-либо точку зрения, то ссылка примет следующий вид: [10; 12]. Цифры в квадратных скобках обозначают номера записей, под которыми анализируемые документы зафиксированы в списке использованных источников.

На факультете имеется выход к электронно-библиотечной системе НБ ДГУ, содержащей издания по изучаемым дисциплинам, электронная библиотека периодических изданий. Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы базовой части всех циклов, изданными за последние 5 или 10 лет, по требуемому нормативу. Имеется фонд дополнительной литературы, включающий специализированные периодические издания («Библиотековедение», «Научные и технические библиотеки» и т.д.), справочно-библиографические, учебные и научные издания. На факультете имеется учебно-методический кабинет, Научная библиотека располагает читальным залом отдела редкой и рукописной книги. Таким образом, имеются все условия для успешной самостоятельной работы студентов.

**7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

**7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)	<p><b>Знает:</b> разные виды коммуникации (устную, письменную, вербальную, невербальную, реальную, виртуальную, межличностную и др.) для установления эффективного взаимодействия и достижения поставленной цели</p> <p><b>Умеет:</b> устанавливать и развивать профессиональные контакты организовывать работы в соответствии с общими целями развития.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками разработки мероприятий по координации деятельности включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия</p>	Устный опрос (фронтальный, индивидуальный), письменная контрольная работа.
ОПК-4	Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	<p><b>Знает:</b> номенклатуру и назначение документов, регламентирующих профессиональную деятельность; основные этапы и перспективы развития в профессиональной области; уровень разработанности и научной обоснованности конкретных проблем и тематик в профессиональной сфере</p> <p><b>Умеет:</b> Уметь: адекватно оценивать результаты своей профессиональной деятельности на основе</p>	Устный опрос (фронтальный, индивидуальный), письменная контрольная работа.

		<p>требований профессиональных стандартов: критически оценивать результаты собственных научных исследований; сопоставлять результаты научно-исследовательской работы на разных уровнях, учитывая возможности и перспективы реализации на практике новых подходов и инновационных разработок; изменить профиль профессиональной деятельности, готовить новые проекты</p> <p><b>Владеет:</b> навыками применения профессиональных стандартов. навыками критического переосмысления накопленного опыта; навыками изменения профиля профессиональной деятельности.</p>	
ПК-3	Способен организовывать и проводить мероприятия в соответствии с потребностями организации	<p><b>Знает:</b> теорию и методику проведения массовых информационно-культурных программ; механизмы поиска информации в традиционной библиотечной и электронной среде; алгоритмы адресного, тематического и фактографического поиска</p> <p><b>Умеет:</b> разрабатывать массовые информационно-культурные программы, в том числе по формированию информационной культуры; проводить консультации, направленные на освоение</p>	Устный опрос (фронтальный, индивидуальный), письменная контрольная работа. реферат



		<p>методов поиска и критического анализа информации</p> <p><b>Владеет:</b> методикой проведения массовых мероприятий; навыками поиска информации в традиционной библиотечной и электронной среде, используя алгоритмы адресного, тематического и фактографического</p>	
--	--	--	--

## **7.2. Типовые контрольные задания.**

### **Тематика курсовых/контрольных работ/рефератов**

1. Современные проблемы теории и практики рекламы библиотечно-информационных услуг.
2. Проблемы библиотечной рекламы: состояние и перспективы
3. Принципы и технологию рекламной деятельности в современных информационно-библиотечных учреждениях.
4. Основная цель рекламы библиотечно-информационного учреждения.
5. Функции библиотечной рекламы
6. Типы и виды рекламы библиотеки.
7. Рекламное сообщение как основа рекламной деятельности
8. Планирование и проведение рекламной кампании.
9. Интернет-реклама библиотеки
10. Проблемы освоения библиотечного пространства.
11. Традиции и инновации библиотечной рекламы.
12. Рекламная деятельность как средство формирования общественного имиджа библиотеки.
13. Опыт и проблемы рекламной деятельности общедоступных библиотек.
14. Опыт и проблемы формирования привлекательного образа в российских библиотеках.
15. Опыт создания фирменного стиля в зарубежных библиотеках.
16. Фирменный стиль библиотеки (информационный дизайн, внешний облик сотрудников).
17. Современная библиотечная реклама.
18. Реклама в зарубежных библиотеках.
19. Средства и формы библиотечной рекламы в отечественных библиотеках.
20. Практика организации рекламной деятельности библиотек.
21. Библиотечная реклама в детских библиотеках.
22. Эссе «Рекламная деятельность библиотек г. Махачкалы» (конкретная библиотека на выбор)
- 23.

### **Контрольные вопросы по дисциплине**

1. Теоретико-методологические основания рекламы и рекламно-информационной библиотечной деятельности

2. Реклама: сущность, функции, понятийный аппарат
3. Реклама, пропаганда, информация: взаимосвязь понятий
4. Библиотечная реклама: определение, функции, специфика, классификация» выдвинуты и обоснованы понятия "библиотечная реклама
5. Рекламная информация – ведущий компонент библиотечной рекламы
6. Рекламно-информационная библиотечная деятельность в контексте общемировой истории рекламы
7. Зарождение книжной, библиотечно-библиографической рекламы в России и зарубежных странах
8. Развитие рекламы и рекламно-информационных технологий зарубежных и российских библиотек
9. Реклама как социальный институт: общественная значимость библиотечной рекламы
10. Правовые основы библиотечной рекламы
11. Социально-психологические и этические основания библиотечной рекламы
12. Реклама в контексте Паблик Рилейшнз, формирование фирменного стиля и имиджа библиотеки
13. Рекламно-информационные технологии библиотечной деятельности

### **7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.**

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - 50% и промежуточного контроля - 50%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 40 баллов,
- участие на практических занятиях – 51-65 баллов оценка «удовлетворительно»; 66-85 баллов оценка «хорошо»; 86-100 баллов оценка «отлично»
- выполнение лабораторных заданий - 51-65 баллов оценка «удовлетворительно»; 66-85 баллов оценка «хорошо»; 86-100 баллов оценка «отлично»
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 51-65 баллов оценка «удовлетворительно»; 66-85 баллов оценка «хорошо»; 86-100 баллов оценка «отлично».

Вычисляется в совокупности среднее арифметическое от всей суммы баллов, затем из них 30 %;

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос - 51-65 баллов оценка «удовлетворительно»; 66-85 баллов оценка «хорошо»; 86-100 баллов оценка «отлично».,
- письменная контрольная работа - 51-65 баллов оценка «удовлетворительно»; 66-85 баллов оценка «хорошо»; 86-100 баллов оценка «отлично».,
- тестирование - 51-65 баллов оценка «удовлетворительно»; 66-85 баллов оценка «хорошо»; 86-100 баллов оценка «отлично».

Вычисляется в совокупности среднее арифметическое от всей суммы баллов, затем из них 70 %.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

### **а) Основная литература:**

1. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.Г. Николайшвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 192 с. — 978-5-7567-0489-1. — Режим доступа: – URL: <http://www.iprbookshop.ru/8973.html>
2. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / . — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2012. — 106 с. — 2227-8397. — Режим доступа: – URL:

<http://www.iprbookshop.ru/8216.html>

3. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. — Режим доступа: — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html> (15.11.2018)
4. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 271 с. — 978-5-238-01544-6. — Режим доступа: — URL: <http://www.iprbookshop.ru/34509.html> (15.11.2018)
5. Спиридонова М.А. Комментарий к Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» [Электронный ресурс] / М.А. Спиридонова, Н.М. Удалова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 242 с. — 2227-8397. — Режим доступа: — URL: <http://www.iprbookshop.ru/1635.html>

**б) Дополнительная литература:**

6. Балашова, Елена Васильевна. Библиотечный дизайн : учеб. пособие / Балашова, Елена Васильевна, М. Н. Тищенко ; М.Н.Тищенко, А.Н.Ванеев . - М. : Гардарики, 2004. - 282 с. - Допущено МО РФ. - ISBN 5-8297-0203-7 : 103-18.
7. Борисова, О.О. Рекламно-информационные технологии библиотечной деятельности : [учеб.-практ. пособие] / О. О. Борисова ; Орловский гос. ин-т культуры и искусств. - СПб. : Профессия, 2006. - 319,[1]с. - (Серия "Библиотека"). - ISBN 5-93913-109-3 : 178-50.
8. Борисова О.О. Библиотечно-библиографическая реклама : учеб.-практ. пособие / О.О. Борисова .- М.: ИПО Профиздат; изд-во МГУК, 2002 .- 224 с.
9. Борисова, О. О. Реклама в библиотеке / О. О. Борисова. - Москва : Либерей-Бибинформ, 2005. - 216 с.
10. Ашкинази С. Уроки одной реконструкции //Библиотека. - 2010. - №9. - С.25-26
11. Викентьев И.Л. Приемы рекламы. – СПб, 1995. - 120 с
12. Костина, А. В. Основы рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. – Москва : КНОРУС, 2010. - 399 с.
13. Матлина, С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама : практическое пособие / С. Г. Матлина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Либерей, 2000. - 127 с..
14. Михнева И. Б., Цесарская Г. Л. Как сделать рекламу библиотеки: теория , методика, практика. – М: РГБ, 1996. - 220 с.
15. Работа на показ: книжно-иллюстративные выставки в библиотеке : дайджест / [сост. Е. А. Филимонова ; отв. за выпуск Л. В. Реутова] ; ВМУК «ЦСГБ», Центр гор. б-ка, отдел библиотечного маркетинга. – Волгоград, 2013. – 49 с.
16. Справочник библиотекаря/ Науч. ред. А.Н. Ванеев, В.А, Минкина. – СПб: Профессия, 2004. – 448с.
17. Фирменный стиль как средство позиционирования библиотек в обществе : методические рекомендации / КРУ «Универсальная научная библиотека им. И.Я. Франко»; сост. Е.С. Устюжанина; ред. Е.В. Дерунец. - Симферополь, 2013. - 20 с
18. Важко, О. А. Раскрываем и показываем : о выставочной работе Отдела информационно-библиографического обслуживания // Библиотечное дело. - 2012. - № 24. - С. 4-7
19. Гачко, Е. Мобильность - главное достоинство выставки // Библиополе. - 2013. - № 3. - С. 35-37
20. Зарубина, Е. "Вам, из другого поколения..." // Библиополе. - 2010. - № 10. - С. 36-38
21. Зарубина, Е. Выразительно, наглядно и нескучно // Библиополе. - 2011. - № 4. - С. 23-26.
22. Криворучко М. Будьте узнаваемы! : фирменный стиль библиотеки / М. Криворучко

- // Библиополе. - 2009. - <sup>1</sup> 4. - С. 52-54
23. Крякова, С. "Цепляет" глаз, "цепляет" душу // Библиотека. - 2011. - № 8. - С. 58-61.
  24. Матлина С. Книжно-иллюстративные выставки. Виды их классификации по разным основаниям. Выставки новых поступлений. Особенности внутривидовых выставок // Библиотека в школе. - 2005. - № 20. - С. 35 - 41.
  25. Матлина С. Нестандартные и интерактивные выставки. Выставка - кроссворд, выставка-викторина, выставка-хобби, выставка-иккебана и др. Возможности использования музыкального и видеоряда. Особенности создания стендов, щитов, планшетов как наглядных форм продвижения изданий // Библиотека в школе. - 2005. - № 21. - С. 34-39.
  26. Матлина С. Эффективность выставочной работы. Баланс между количеством и качеством выставок. Критерии эффективности оценки выставок. Показатели эффективности. Дифференцированные способы изучения эффективности отдельных элементов выставки // Библиотека в школе. - 2005. - № 22. - С. 33-38.
  27. Михайлова Е. Реклама в прессе // Библиотека. - 2003. - №6. - С.34-35.
  28. Мосягина Л. В новом доме жизнь устроили по-новому // Библиотека. 2000. - №9. - С - 22-24
  29. Мужикова, Е. Самая, самая, самая... : [профессиональный конкурс] // Библиополе. - 2012. - № 7. - С. 31-32.
  30. Недашковская Т. Свободные пространства - особенность новой архитектуры библиотек / Т. Недашковская // Библиополе. - 2011. - <sup>1</sup> 3. - С. 14-18.
  31. Павлова И.А. Библиотечный интерьер: требования и задачи // НТБ. - 2005. - №7. - С.34-47.
  32. Степанова, А. С. Шаги навстречу или в одном направлении? : что может интерактивная выставка // Библиотечное дело. - 2011. - № 8. - С. 12-15
  33. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 324 с. — 978-5-394-00792-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5249.html> Шосаидова, Г. С. "А вы ноктюрн сыграть могли бы?..." Айс-стопперы для литературных выставок [Текст] / Г. С. Шосаидова, Н. Беляева // Библиотечное дело. - 2010. - № 4. - С. 30-31
  34. Штукатурова, Н. М. С "Лейкой" и блокнотом : выставки и экспозиции о Великой Отечественной войне // Библиотечное дело. - 2012. - № 10. - С. 30-32
  35. Шуминова И. Дизайн как средство коммуникации : прошлое и будущее Алтынжарской сельской библиотеки / И. Шуминова, А. Логинова // Библиополе. - 2011. - <sup>1</sup> 3. - С. 5-8. Штыхван В. Н. Узнаваемость и привлекательность / В. Н.

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 — . Режим доступа: — URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 02.05.2018 11:58). — Яз. рус., англ.
2. Образовательный портал ДГУ Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. — Махачкала, г. — Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. — URL: <http://edu.dgu.ru/my/> (дата обращения: 02.05.2018).
3. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. — Махачкала, 2010 — Режим доступа: <http://elib.dgu.ru/?q=node/724> свободный (дата обращения: 02.11.2018).

4. Имидж библиотеки как фактор ее развития [Электронный ресурс] // <http://regionlib.ru/blog/2011/01/imidzh-biblioteki-kak-faktor-ee-razvitiya/>
5. Каспер Н.В. Реклама библиотеки: взгляд в будущее [Электронный ресурс]: курсовая работа /Н.В. Каспер // [http://revolution.allbest.ru/marketing/00198952\\_0.html](http://revolution.allbest.ru/marketing/00198952_0.html)
6. Имидж библиотеки [Электронный ресурс]: рекомендательный список // – URL: <http://www.publiclibrary.ru/readers/specialist/librarians-image.htm>
7. Виды, средства и формы библиотечной рекламы [Электронный ресурс] // [http://www.teenbook.ru/vzros/biblios/metodicheskaya\\_polka9253/269/item\\_820/](http://www.teenbook.ru/vzros/biblios/metodicheskaya_polka9253/269/item_820/)
8. Издательская деятельность, комфортная среда и привлекательный образ библиотеки [Электронный ресурс]: семинар библиотекарей муниципальных библиотек // – URL: [http://www.chaltlib.ru/articles/Library/spetsialistu/v\\_kopilku\\_spetsialista/vypusk\\_4\\_1\\_4/](http://www.chaltlib.ru/articles/Library/spetsialistu/v_kopilku_spetsialista/vypusk_4_1_4/)
9. Имидж библиотеки и библиотекарей в г.Белово [Электронный ресурс]// – URL: [http://bibliobred.blogspot.com/2010/06/blog-post\\_24.html](http://bibliobred.blogspot.com/2010/06/blog-post_24.html)
10. Иванова Т.И. Проблема имиджа библиотечной профессии на современном этапе (на примере школьных библиотекарей) [Электронный ресурс] // – URL: [http://image.websib.ru/05/text\\_article.htm?391](http://image.websib.ru/05/text_article.htm?391)
11. Матвеев М.Ю. Имидж библиотек как социокультурный феномен [Электронный ресурс] /М.Ю. Матвеев // [http://dibase.ru/article/29062009\\_matveevmu/3](http://dibase.ru/article/29062009_matveevmu/3)
12. Кузьмичева Н. Имидж библиотеки: как не стать «Увядающей фиалкой» [Электронный ресурс] /Н.Кузьмичева //– URL: [http://libavtograd.tgl.ru/search.php?page\\_id=1485](http://libavtograd.tgl.ru/search.php?page_id=1485)
13. Дизайн библиотеки [Электронный ресурс]: блог научно-методического отдела Харьковской государственной научной библиотеки им. В.Г. Короленко //– URL: [http://metodist-biblioteki.blogspot.com/2009/05/blog-post\\_07.html](http://metodist-biblioteki.blogspot.com/2009/05/blog-post_07.html)
14. Новые имиджевые технологии в работе детских библиотек [Электронный ресурс]: выездной семинар на базе Обоянской центральной детской библиотеки МУК "Обоянская межпоселенческая библиотека" - экспериментальной площадки по формированию библиотечной имиджевой политики // – URL: <http://obbib.narod.ru/index-8.htm>
15. Зуева О.И. Рекламно-имиджевая деятельность библиотек [Электронный ресурс] /О.И. Зуева //– URL: <http://www.nlr.ru/nlr/div/nmo/zb/lib/search.php?id=1381&r=4>
16. Печенина С.М. Методическая разработка цикла книжных выставок «Вкусная книга» [Электронный ресурс] / МУК «Центральная публичная библиотека» Новоуральского городского округа ; Зал универсальных фондов. – Режим доступа: [http://www.publiclibrary.ru/librarians/sunduchok/5\\_bibliorestan.htm](http://www.publiclibrary.ru/librarians/sunduchok/5_bibliorestan.htm)
17. Четыркина И.В. «Самая обаятельная и привлекательная» [Электронный ресурс] /И.В. Четыркина // – URL: <http://www.bibliograf.ru/issues/2009/6/129/0/982/>
18. Русак З.В. Библиотечная реклама как эффективный инструмент продвижения чтения [Электронный ресурс] /З.В. Русак // – URL: <http://www.detlit.tavkm.ru/libraries5.html>
19. Янков А.В. Привлечение молодежи Великобритании к участию в библиотечных проектах [Электронный ресурс] /А.В. Янков // – URL: <http://vmo.rgub.ru/foreign/review/britain.php>

## 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

В течение семестра обучающийся должен выполнить реферат по выбранной теме. Работа над рефератом начинается с выбора исходного материала, в качестве которого могут быть печатные издания, источники из сайтов Internet. После анализа материала составляется краткое

оглавление по теме. Затем следует последовательно скомпоновать содержание реферата в соответствии с оглавлением. Помимо текстовой части реферат может включать табличный материал, рисунки, если это улучшает качество изложения. В конце изложения приводится список использованной литературы и ссылки на материалы из сети Internet, если это имеет место. Объем реферата должен быть в пределах от 3 до 8 листов при междустрочном интервале 1,25 (при превышении объема оценка за реферат может быть снижена на 1 балл). Причем в указанный объем не входят титульный лист, оглавление, список использованной литературы.

Качество выполнения оценивается по степени соответствия содержания реферата теме, полноте и глубине охвата, четкости и ясности изложения материала.

Реферат оформляют печатным или рукописным способом, с оглавлением и титульным листом.

Сдача реферата на проверку не позднее 10-ой недели учебного семестра и возможна в трех вариантах: в печатном виде, в рукописном виде и в виде вложения в формате «DOC» по e-mail.

Лекции рекомендуется конспектировать. Это помогает более прочному усвоению материала лекций. По ходу лекции студенты могут задавать вопросы по теме лекции. Такие вопросы способствуют лучшему пониманию материала.

На практических (семинарских) занятиях, которые проходят в интерактивном режиме, студенты должны проявлять активность при обсуждении темы семинара.

Требования к выполнению контрольной работы:

К контрольным работам предъявляются следующие требования:

работы должны выполняться на базе пройденных тем письменно;

работы должны быть выполнены в аудитории в течение 45 мин.;

при неявке студента на контрольную работу, работа выполняется на следующем занятии.

При оценке качества контрольной работы учитываются степень соответствия теме вопроса, полнота охвата и глубина знания, четкость ответа, уровень изложения материала студентами.

Организация практических занятий (семинаров)

Практические занятия (семинары) состоят из устных докладов студентов, организации дискуссий и решения задач в режиме соревнований.

Устные доклады организуются следующим образом:

-прослушивается выступление студента по избранной теме;

-студент, выступивший с докладом, отвечает на вопросы от группы или преподавателя, которые возникают после выступления;

-преподаватель дает общую оценку выступлению, в котором указывает на его достоинства и недостатки и ставит оценку студенту за выступление.

Выступления оцениваются по следующим критериям:

-по степени соответствия содержания теме доклада;

-по полноте охвата и глубине знания предмета;

-четкости и аргументированности ответа;

-по уровню изложения материала студентами.

Требования к устным докладам

К устным докладом студентов предъявляются следующие требования:

объем доклада 2 - 3 страниц;

время для доклада от 10 до 15 минут.

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.**

Реализация различных видов учебной работы (включая, использование библиотечных сайтов, электронной почты и т.п.) по данной дисциплине не требует установки специального программного обеспечения в аудиториях и компьютерных классах ДГУ.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Реализация учебной дисциплины требует наличия типовой учебной аудитории с возможностью подключения технических средств (аудиовизуальных, компьютерных и телекоммуникационных). Оборудование учебной аудитории: экран, мультимедийный проектор, ноутбук.