



МИНОБРНАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет культуры

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и дизайн библиотек

**Кафедра библиотековедения и библиографии
факультета культуры**

**Образовательная программа бакалавриата
51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность**

Направленность (профиль) программы
Библиотекарь, педагог

Форма обучения
заочная

Статус дисциплины: входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений (факультативные дисциплины)

Махачкала, 2022


Рабочая программа дисциплины составлена в 2022 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность .от «6» декабря 2017 №1182

Разработчик: кафедра библиотековедения и библиографии

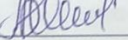
Лошаковская Зарина Казимовна – кандидат исторических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:

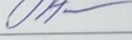
На заседании кафедры библиотековедения и библиографии
от «23» марта 2022 г., протокол № 7

Зав.кафедрой  Лошаковская З.К.

На заседании Методической комиссии факультета культуры
от «24» марта 2022, протокол №4

председатель  Аджаматова Н.К.

Рабочая программа дисциплины согласована с Учебно-методическим управлением
«31» марта 2022 г.

Начальник УМУ  А.Г. Гасангаджиева

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Реклама и дизайн в библиотеке» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений) образовательной программы бакалавриата по направлению 05.03.06 Библиотечно-информационная деятельность профиль «Библиотекарь-педагог»

Дисциплина реализуется на факультете культуры кафедрой библиотековедения и библиографии.

Содержание дисциплины: определение библиотечной рекламы: целей, задач, сущности и функций. Рассмотрение технологии рекламно-информационной деятельности как средства продвижения библиотечно-информационных услуг и продукции, классификации средств и форм рекламы.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника: ПК-3

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме - *контрольная работа, коллоквиум* и промежуточный контроль в форме *зачет*.

Объем дисциплины 1 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий

Семестр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	
	в том числе								
	Контактная работа обучающихся с преподавателем								
	Всего	из них							
Лекции		Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации				
7	8	6		2			28	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 ООП бакалавриата

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений 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 библиотек» тесно связана с курсами «Менеджмент библиотечно-информационной деятельности», «Маркетинг библиотечно-информационной деятельности».

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

Код и наименование компетенции из ОПОП	Код и наименование идентификатора достижений компетенции	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-3 Способен осуществлять организационно-методическое обеспечение мероприятий по развитию у обучающихся интереса к чтению.	ПК-3.1. Готов к проведению конкурсов, викторин, литературных вечеров по формированию у детей интереса к чтению	Знает: методику выявления эффективных форм и методов библиотечно-педагогической работы средствами литературы и чтения; способы формирования у детей интереса к чтению; формы и методы пропаганды детского чтения. Умеет: организовывать и проводить творческие мероприятия по формированию у детей интереса к чтению Владеет: навыками проведения мероприятий по популяризации и пропаганде детского чтения	Устный опрос Письменный опрос
	ПК-3.2. Готов осуществлять информационно-методическую поддержку воспитательной деятельности по формированию у обучающихся уважения к родному языку, развитию	Знает: методы информационно-методической поддержки воспитательной деятельности педагогов по формированию у обучающихся уважения к родному языку, развитию	Устный опрос Письменный опрос

	культуры речи	культуры речи Умеет: осуществлять информационно-методическую поддержку воспитательной деятельности по формированию у детей уважения к родному языку, развитию культуры речи Владеет: формами и методами воспитательной деятельности по формированию у обучающихся уважения к родному языку развитию культуры речи.	
	ПК-3.3. Способен организовывать выставки книг в образовательном учреждении с участием обучающихся, презентации изданий, литературных произведений	Знает: педагогические технологии мотивации обучающихся к чтению, участию в творческих мероприятиях, выставках и презентациях книг Умеет: реализовывать различные формы и методы выставочной деятельности с целью формирования у детей интереса к чтению, литературе Владеет: навыками организации участия обучающихся в проведении выставок книг, подготовку ими презентаций произведений <u>художественной литературы</u>	Устный опрос Письменный опрос
	ПК-3.4. Готов к осуществлению взаимодействия с семьей с целью педагогической поддержки семейного чтения	Знает: формы и методы консультирования родителей (законных представителей) по организации детского чтения Умеет: осуществлять педагогическую поддержку семейного чтения, консультирование родителей (законных представителей) по организации детского чтения Владеет: формами и методами педагогической поддержки семейного чтения	

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 1 зачетных единиц, 8 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

4.2.1. Структура дисциплины в заочной форме

№ 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.	Контроль.		
Модуль I. Рекламная деятельность и дизайн библиотек									
1	Понятие цели, задачи, правовые основы рекламы			2				6	Устный опрос
2	Функции, типы и виды рекламы библиотеки			2				8	Письменный опрос
3	Основы библиотечного дизайна.			2				6	реферат
4	Организация пространства и предметной среды				2			8	проект
	Итого			6	2			28	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам.

Модуль I. Рекламная деятельность и дизайн библиотек

Тема 1. Понятие цели, задачи, правовые основы рекламы

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.

Общий обзор и комментирование Федерального закона РФ «О рекламе». Основные понятия, используемые в законе: надлежащая реклама, рекламодатель, 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 2. Функции, типы и виды рекламы библиотеки

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.

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).

Тема 5. Каналы и средства распространения рекламы библиотеки.

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 (листочки, 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 3. Основы библиотечного дизайна.

Восприятие и оценка предметного мира. Внешняя форма предмета. Гармоничная форма и понятие композиции. Технический смысл и красота предмета. Предметная среда. Эргономика.

Общие требования к библиотечным зданиям. Функциональность библиотечного здания. Помещения обслуживания читателей. Помещения хранения. Служебные и вспомогательные помещения. Основные средства устройства интерьера (меблировка,

цветовое решение, освещение). Организация открытого пространства (ландшафтный дизайн) вокруг библиотеки.

Тема 4. Организация пространства и предметной среды

Свойства пространственной формы материальных предметов: геометрический вид, величина, положение в пространстве, масса, фактура, текстура, цвет. Дизайнерские разработки в проектировании библиотеки. Методика проектирования предметов. Особенности проектирования среды. Создание предметной среды библиотеки.

Интерьер, его особенности, эстетические требования к нему. Природа эмоционального воздействия интерьера на человека. Декоративные виды искусства в интерьере. Основы шрифтового искусства. Цвет в декоративном убранстве интерьеров общественных зданий. Организация световой среды интерьеров. Озеленение как средство декоративного убранства интерьера.

Знакомство с лучшими интерьерами общественных зданий. Анализ интерьеров, составление отчетов по экскурсиям, рекомендаций по совершенствованию решений интерьеров библиотек

Выставка как средство реорганизации библиотечного пространства. Требования к заголовку библиотечной выставки: основная идея, объем, целевое и читательское назначение, оригинальность, использование многозначных заголовков, интригующий заголовок. Композиционные методы библиотечной выставки: увеличение/уменьшение объекта. Изменение масштаба, фрагментирование, монтаж, изменение фактуры. Цветовое решение выставки. Влияние цвета на восприятие выставки. Естественное и искусственное освещение. Шрифтовое и декоративное оформление выставки. Советы Роберта Рольфа – профессионального библиотечного консультанта

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

Темы практических и самостоятельных заданий.

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

Вопросы для освоения:

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

Литература:

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
2. Нормативно – правовые документы, регулирующие рекламную деятельность в РФ. // <https://studfile.net/preview/8955878/page:11/>
3. Закон РФ "Об авторском праве и смежных правах" от 09.07.1993 N 5351-1 (последняя редакция) // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2238/
4. Правовое регулирование рекламы // <https://fas.gov.ru/documents/612398>

5. Правовое регулирование рекламной коммуникации: Учебнометодическое пособие. Часть 1. / Под общ. ред. проф. М.И. Рыхтика. – 2-е изд., испр. – Нижний Новгород: ННГУ, 2019. – 97 с. \ чтение с экрана // http://old.lib.unn.ru/students/src/Prav_reg_rek_kom_1.pdf
6. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия, 1997 - 100с

Тема 2. Структура и состав маркетинговых коммуникаций.

Вопросы для освоения:

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. Ключев В.К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности: учеб. пособие / В.К.Ключев, 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. Маркетинговые коммуникации в библиотечно-информационной деятельности: характеристика, значение, средства. // <https://webkonspect.com/?room=profile&id=6004&labelid=245561>
6. Формирование эффективного комплекса маркетинговых коммуникаций библиотеки // <https://hr-portal.ru/article/formirovanie-effektivnogo-kompleksa-marketingovyh-kommunikacij-biblioteki>

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

Вопросы для освоения

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. Борисова О.О. Библиотечно-библиографическая реклама : учеб.-практ. пособие / О.О. Борисова .- М.: ИПО Профиздат; изд-во МГУК, 2002 .- 224 с.
2. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия, 1997 - 100с.
3. Библиотечная реклама: функции и технология // <https://studfile.net/preview/5438882/page:24/>
4. Теоретические основы рекламы библиотечно-информационной деятельности // https://revolution.allbest.ru/marketing/00304738_0.html

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. Абдилова, А. Т. Влияние цифровизации на рынок рекламы: тенденции и новые тренды / А. Т. Абдилова // Цифровые технологии в социально-экономическом развитии России: взгляд молодых : сборник статей и тезисов докладов XVI национальной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов с международным участием, Челябинск, 18 февраля 2020 года. – Челябинск: Издательство «Перо», 2020. – С. 470-474.
5. Варданян, Г. А. PR и реклама: взаимосвязь и применение при продвижении / Г. А. Варданян // Аллея науки. – 2020. – Т. 1. – № 3(42). – С. 730-735.

Тема5. Проектирование предметной среды библиотеки

Вопросы для обсуждения:

1. Зарождение и развитие дизайна.
2. Эстетические требования к интерьеру.
3. Закономерности и средства композиции в художественном проектировании.
4. Монументальные виды искусства в интерьере.
5. Декоративные виды искусства в интерьере.

Литература.

1. Балашова Е.В. Библиотечный дизайн: учеб. пособие / Е.В. Балашова, М.Н.Тищенко, А.Н.Ванеев .- М.: Гардарика, 2004 .- 288 с.
2. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия, 1997 - 100с.
3. Справочник библиотекаря/ Науч. ред. А.Н. Ванеев, В.А, Минкина. – СПб: Профессия, 2004. – 448с
4. Ашкинази С. Уроки одной реконструкции //Библиотека. - 2000. - №9. - С.25-26
5. Мосягина Л. В новом доме жизнь устроили по-новому//Библиотека. 2000. №9. С 22-24
6. Конструктор проектирования библиотечных пространств // <https://xn--80aacacvtbthqmh0dxl.xn--p1ai/assets/files/documents/konstruktor.pdf>
7. Дизайн библиотек: современная концепция и новые технологии // https://revolution.allbest.ru/journalism/01203729_0.html

Самостоятельная работа

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.

В аудитории проводятся лекции и практические (семинарские) занятия.

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.

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

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 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 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 приставейные 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 («Библиотекведение», «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. Типовые контрольные задания.

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
14. Организация и технология проведения рекламных кампаний в библиотеках
15. Организация световой среды интерьеров.
16. Эстетическая и утилитарная функция элементов природы в интерьере.
17. Приемы создания ландшафтного интерьера.
18. Использование произведений станковой живописи в решении интерьера.
19. Значение цвета в декоративном убранстве интерьера
20. Графическое искусство как составной элемент декоративно-оформительского искусства.

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

1. Общий результат по модулю выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущей работы - 50% и текущего контроля - 50%.

Текущая работа по дисциплине включает:

- активная работа на занятиях
- участие в практических занятиях
- ведение лекционных, семинарских и конспектных тетрадей

Текущий контроль по дисциплине включает:

- устный опрос
- письменная контрольная работа

2. Промежуточный контроль

Собеседование, тестирование

...

оценка «удовлетворительно»; 51-65 баллов

оценка «хорошо» 66-85 баллов

баллов оценка «отлично» 86-100 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) адрес сайта курса

1. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг.гос. ун-т. – г. Махачкала. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL:

<http://edu.dgu.ru/user/view.php?id=11628&course=939>

2. Образовательный блог по дисциплине. [Электронный ресурс]. - URL: <http://alievap.blogspot.com>

б) Основная литература:

1. Балашова Е.В. Библиотечный дизайн: учеб. пособие / Е.В. Балашова, М.Н.Тищенко, А.Н.Ванеев. - М.: Гардарики, 2004. - 288 с.
2. Борисова О.О. Библиотечно-библиографическая реклама : учеб.-практ. пособие / О.О. Борисова. - М.: ИПО Профиздат; изд-во МГУК, 2002. - 224 с.
3. Борисова, О. О. Реклама в библиотеке / О. О. Борисова. - Москва :Либерея-Бибинформ, 2005. - 216 с.
4. Викентьев И.Л. Приемы рекламы. – СПб, 1995. - 120 с
5. Костина, А. В. Основы рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. – Москва : КНОРУС, 2010. - 399 с.
6. Справочник библиотекаря/ Науч. ред. А.Н. Ванеев, В.А, Минкина. – СПб:

Профессия, 2004. – 448с.

в) Дополнительная литература:

7. Ашкинази С. Уроки одной реконструкции //Библиотека. - 2010. - №9. - С.25-26
8. Важко, О. А. Раскрываем и показываем : о выставочной работе Отдела информационно-библиографического обслуживания // Библиотечное дело. - 2012. - № 24. - С. 4-7
9. Гачко, Е. Мобильность - главное достоинство выставки // Библиополе. - 2013. - № 3. - С. 35-37
10. Зарубина, Е. "Вам, из другого поколения..." // Библиополе. - 2010. - № 10. - С. 36-38
11. Зарубина, Е. Выразительно, наглядно и нескучно // Библиополе. - 2011. - № 4. - С. 23-26.
12. Криворучко М. Будьте узнаваемы! : фирменный стиль библиотеки / М. Криворучко // Библиополе. - 2009. - № 4. - С. 52-54
13. Крякова, С. "Цепляет" глаз, "цепляет" душу // Библиотека. - 2011. - № 8. - С. 58-61.
14. 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.
15. Матлина С. Нестандартные и интерактивные выставки. Выставка - кроссворд, выставка-викторина, выставка-хобби, выставка-икебана 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.
16. 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.
17. Михайлова Е. Реклама в прессе //Библиотека. – 2003. - №6. – С.34-35.
18. Мосягина Л. В новом доме жизнь устроили по-новому//Библиотека. 2000. - №9. - С - 22-24
19. Мужикова, Е. Самая, самая, самая... : [профессиональный конкурс] // Библиополе. - 2012. - № 7. - С. 31-32.
20. Недашковская Т. Свободные пространства - особенность новой архитектуры библиотек / Т. Недашковская // Библиополе. - 2011. - № 3. - С. 14-18.
21. Павлова И.А. Библиотечный интерьер: требования и задачи //НТБ. – 2005. - №7. – С.34-47.
22. Степанова, А. С. Шаги навстречу или в одном направлении? : что может интерактивная выставка // Библиотечное дело. - 2011. - № 8. - С. 12-15
23. 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
24. Штукатурова, Н. М. С "Лейкой" и блокнотом : выставки и экспозиции о Великой Отечественной войне // Библиотечное дело. - 2012. - № 10. - С. 30-32
25. Шумина И. Дизайн как средство коммуникации : прошлое и будущее Алтынжарской сельской библиотеки / И. Шумина, А. Логинова // Библиополе. - 2011. - № 3. - С. 5-8. Штыхван В. Н. Узнаваемость и привлекательность / В. Н. Штыхван, Н. В. Теплова // Современ. б-ка. - 2010. - № 2. - С. 70-74. Штыхван В. Фирменный стиль, или Реклама как инструмент продвижения чтения / В. Штыхван, Н. Теплова // Библ. дело. - 2007. - № 17. - С. 11-13
26. Ястребова Е.М. Красиво, современно, технологично: архитектура и дизайн немецких библиотек //НТБ. – 2004. - №3. – С.59-63.

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

1. Имидж библиотеки как фактор ее развития [Электронный ресурс] // <http://regionlib.ru/blog/2011/01/imidzh-biblioteki-kak-faktor-ee-razvitiya/>
2. Каспер Н.В. Реклама библиотеки: взгляд в будущее [Электронный ресурс]: курсовая работа /Н.В. Каспер // http://revolution.allbest.ru/marketing/00198952_0.html
3. Имидж библиотеки [Электронный ресурс]: рекомендательный список // <http://www.publiclibrary.ru/readers/specialist/librarians-image.htm>
4. Виды, средства и формы библиотечной рекламы [Электронный ресурс] // http://www.teenbook.ru/vzros/biblios/metodicheskaya_polka9253/269/item_820/
5. Издательская деятельность, комфортная среда и привлекательный образ библиотеки [Электронный ресурс]: семинар библиотекарей муниципальных библиотек // http://www.chaltlib.ru/articles/Library/spetsialistu/v_kopilku_spetsialista/vypusk_4_1_4/
6. Имидж библиотеки и библиотекарей в г.Белово [Электронный ресурс]// http://bibliobred.blogspot.com/2010/06/blog-post_24.html
7. Иванова Т.И. Проблема имиджа библиотечной профессии на современном этапе (на примере школьных библиотекарей) [Электронный ресурс] // http://image.websib.ru/05/text_article.htm?391
8. Матвеев М.Ю. Имидж библиотек как социокультурный феномен [Электронный ресурс] /М.Ю. Матвеев // http://dibase.ru/article/29062009_matveevmu/3
9. Кузьмичева Н. Имидж библиотеки: как не стать «Увядающей фиалкой» [Электронный ресурс] /Н.Кузьмичева // http://libavtograd.tgl.ru/search.php?page_id=1485
10. Дизайн библиотеки [Электронный ресурс]: блог научно-методического отдела Харьковской государственной научной библиотеки им. В.Г. Короленко // http://metodist-biblioteki.blogspot.com/2009/05/blog-post_07.html
11. 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 // <http://obbib.narod.ru/index-8.htm>
12. Зуева О.И. Рекламно-имиджевая деятельность библиотек [Электронный ресурс] /О.И. Зуева // <http://www.nlr.ru/nlr/div/nmo/zb/lib/search.php?id=1381&r=4>
13. 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
14. Четыркина И.В. «Самая обаятельная и привлекательная» [Электронный ресурс] /И.В. Четыркина // <http://www.bibliograf.ru/issues/2009/6/129/0/982/>
15. Русак З.В. Библиотечная реклама как эффективный инструмент продвижения чтения [Электронный ресурс] /З.В. Русак // <http://www.detlit.taykm.ru/libraries5.html>
16. Янков А.В. Привлечение молодежи Великобритании к участию в библиотечных проектах [Электронный ресурс] /А.В. Янков // <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 докладам студентов предъявляются следующие требования:

объем доклада 2 - 3 страниц;

время для доклада от 10 до 15 минут.

Экзамен студенты сдают по тестам и билетам. Список вопросов к экзамену представлен. Ответ по билету оценивается по степени соответствия содержания ответа вопросу, четкости и ясности изложения материала.

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 лицензионного 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.