МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета_____ Акопян А.В.
«31» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Нейминг»

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью в сфере международных отношений

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2021

Автор программы _____/Шушарина Е.С./

Заведующий кафедрой
Связи с общественностью _____/Скрипникова Н.Н./

Руководитель ОПОП _____/Скрипникова Н.Н./

Воронеж 2021

1.ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1.Цели дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – освоить понятия нейминга и эффективного нейминга; овладеть принципами построения эффективного названия; сформировать навыки творческого подхода к организации процесса нейминга; сформировать основные теоретические знания и практические навыки в сфере нейминга как теоретической и практической дисциплины, а также специфической технологии (предбрендинг).Рассмотреть нейминг как науку и технологию и сформировать навыки творческого подхода к организации процесса нейминга.

1.2.Задачи освоения дисциплины

Основными задачами учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными понятиями теории нейминга; познакомить с основными составляющими эффективности коммерческого названия; дать информацию о месте нейминга в системе родственных понятий – коммерческая номинация, товарный знак, бренд, номен и др.; дать сведения об основных методах определения эффективности коммерческого названия; дать информацию о месте и роли эффективного нейминга в коммуникации.

2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Нейминг» относится к дисциплинам блока ФТД.

3.ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Нейминг» направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 - Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-3 - Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ОПК-1	Знать различные аспекты нейма, основные способы и характеристики номинации, основные критерии оценки эффективной номинации.
	Уметь анализировать номинации, грамотно и рационально использовать в медиатексте разработанные наименования; самостоятельно

	разрабатывать комплексный нейминг.
	Владеть технологиями нейминга; технологиями эффективного использования нейминга; навыками проведения экспертизы неймов.
ОПК-3	Знать виды и функции коммерческой номинации и товарного знака; структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации.
	Уметь определять эффективность коммерческой номинации; применять методы оценки эффективности.
	Владетьтехнологиями разработкинейма; составлять бриф и формировать творческую платформунейма.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Нейминг» составляет 2 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

очнаяформаобучения

Видыучебнойработы	Всегочасов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	36	36
В том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия (ПЗ)	18	18
Самостоятельная работа	36	36
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость академические часы з.е.	72 2	72 2

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Аудиторные занятия (всего)	10	10
В том числе:		

Лекции	4	4
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Самостоятельная работа	58	58
Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость академические часы з.е.	72 2	72 2

5.СОДЕРЖАНИЕДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ)

5.1Содержаниеразделовдисциплиныиираспределениетрудоемкостипо видамзанятий

очнаяформаобучения

№ п/п	Наименованиетемы	Содержаниераздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, Час
1	Понятие и сущность нейминга. Классификация номинации. Виды и функции коммерческой номинации.	Коммерческая номинация и товарный знак. Коммерческая номинация и бренд. История русской коммерческой номинации.	4	2	6	12
2	Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации.	Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации. Фонетикакоммерческихназваний.	4	2	6	12
3	Технологии разработки нейма.	Технологииразработкинейма	4	2	6	12
4	Нейминг в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах.	Нейминг в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах. Словообразование коммерческих названий. Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система.	2	4	6	12
5	Бриф и творческая платформа нэйма.	Бриф и творческая платформа нэйма.	2	4	6	12
6	Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.	Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.	2	4	6	12
		Итого	**18**	**18**	**36**	**72**

заочнаяформаобучения

№ п/п	Наименованиетемы	Содержаниераздела	Лекц	Прак	СРС	Всег

				зан.		о, Час
1	Понятие и сущность нейминга. Классификация номинации. Виды и функции коммерческой номинации.	Коммерческая номинация и товарный знак. Коммерческая номинация и бренд. История русской коммерческой номинации.	2	-	8	10
2	Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации.	Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации. Фонетикакоммерческихназваний.	2	-	10	12
3	Технологии разработки нейма.	Технологии разработки нейма.	-	-	10	10
4	Нейминг в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах.	Нейминг в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах. Словообразование коммерческих названий. Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система	-	2	10	12
5	Бриф и творческая платформа нэйма.	Бриф и творческая платформа нэйма.	-	2	10	12
6	Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.Судебные споры, связанные с товарными знаками.	Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.	-	2	10	12
		Итого	**4**	**6**	**58**	**68**

5.2Переченьлабораторныхработ

Не предусмотрено учебным планом

6.ПРИМЕРНАЯТЕМАТИКАКУРСОВЫХПРОЕКТОВ(РАБОТ) ИКОНТРОЛЬНЫХРАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компе-тенция	Результатыобучения,характеризующие сформированностькомпетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Неаттестован
ОПК-1	Знать различные аспекты нейма, основные способы и характеристики номинации, основные критерии оценки эффективной номинации.	Тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь анализировать номинации, грамотно и рационально использовать в медиатексте разработанные наименования; самостоятельно разрабатывать комплексный нейминг.	Решение стандартных практических задач	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть технологиями нейминга; технологиями эффективного использования нейминга; навыками проведения экспертизы неймов.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ОПК-3	Знать виды и функции коммерческой	Тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в

	номинации и товарного знака; структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации			рабочих программах
	Уметь определять эффективность коммерческой номинации; применять методы оценки эффективности.	Решениестандартныхпрактическихзадач	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владетьтехнологиями разработкинейма; составлять бриф и формировать творческую платформу нейма.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 2 семестре для очной формы обучения, 3 семестре для заочной формы обучения по двухбалльной системе:

«зачтено»

«не зачтено»

Компе-тенция	Результатыобучения,характеризующие сформированностькомпетенции	Критерии оценивания	Зачтено	Незачтено
ОПК-1	Знать различные аспекты нейма, основные способы и характеристики номинации, основные критерии оценки эффективной номинации.	Тест	Выполнениетестана 70-100%	Выполнениеменее 70%
	Уметь анализировать	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в	Задачинерешены

	номинации, грамотно и рационально использовать в медиатексте разработанные наименования; самостоятельно разрабатывать комплексный нейминг.		большинстве задач	
	Владеть технологиями нейминга; технологиями эффективного использования нейминга; навыками проведения экспертизы неймов.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачинерешены
ОПК-3	Знать виды и функции коммерческой номинации и товарного знака; структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации	Тест	Выполнениетестана 70-100%	Выполнениеменее 70%
	Уметь определять эффективность коммерческой номинации; применять методы оценки эффективности.	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачинерешены
	Владеть технологиями разработки нейма;	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачинерешены

	составлять бриф и формировать творческую платформу нейма.			

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Что такое «нейм»?
2. Что такое «нейминг» (узкое и широкое понимание термина)?
3. Какие виды нейминга вам известны?
4. Что включается в понятия «внешний и внутренний нейминг»?
5. Что такое «ретронейминг» и «неонейминг»?
6. Что такое «паранейминг»?
7. Каковы объекты нейминга?
8. Какие основные тенденции нейминг-моделирования вам известны?
9. Назовите основные принципы номинации, действующие в области рекламы.
10. В чем заключается методика разработки рекламного имени (шаги)?
11. Что вы знаете о методиках тестирования (фокус-группы, экспертные оценки, анкетный опрос и др.)?
12. Какие популярные нейминг-модели вам известны?
13. В чем заключается коммерческое послание рекламного имени?
14. Какие основные моменты необходимо учитывать при создании имени бренда?
15. Что вы можете сказать о требованиях, которым должно соответствовать имя бренда?
16. Каковы роль и место рекламного имени в структуре рекламного текста?
17. Какие типы рекламных имен вам известны? Охарактеризуйте их.
18. Каковы алгоритмы работы над созданием бренд-нейма?
19. Какие основные способы создания имени бренда вам известны?
20. Каковы способы включения рекламного имени в текст?
21. Что вы можете сказать об имени собственном как особом виде рекламного имени?

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

Задание 1.

Прослушать лекцию и ответить на вопросы. - Proficommunica [Электронный

ресурс]
HTTPS://VK.COM/CLUB193350075?Z=VIDEO-193350075_456239020%2F2CF742B1FC8F222E2C%2FPL_WALL_-193350075

Задание 2.

1. Объясните, какой тип коммерческого послания использован в рекламных именах: «Народный магазин», «Джинсовая симфония», «Старик Хоттабыч». Приведите свои примеры рекламных посланий. 2. Из базы ФИПС выберите 3 удачных и неудачных варианта нейма. Объясните свой выбор.

Задание 3.

1. Проанализируйте парадигму существующих наименований товаров/компаний одной категории. Отметьте типовые приемы создания имен и концепции нейминга, существующие в данной сфере. 2. Определите роль названия в формировании ценности бренда (на конкретном примере).

7.2.3Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Задание 1.

1. Проанализируйте парадигму существующих наименований товаров/компаний одной категории. Отметьте типовые приемы создания имен и концепции нейминга, существующие в данной сфере. 2. Определите роль названия в формировании ценности бренда (на конкретном примере).

Задание 3.

1. Подготовьте доклад на тему: «Факторы, влияющие на эффективность рекламного имени». 2. Подберите и проанализируйте с точки зрения соответствия критериям эффективности два рекламных имени: идеальное и неидеальное в каком-либо отношении.

Задание 2.

1. Проведите фоносемантический анализ слоганов: а) Молодежная косметика «МИА» только для молодой кожи; б) Блестящая премьера. Больше блеска для бесконечно соблазнительных губ. 2. Проведите колористический анализ слоганов и рекламного имени: а) Туалетная вода «Корица». Экзотичный, соблазнительный. б) Эльдорадо. То, что надо. в) Альфа-банк.

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Понятие нейминга. Функции нейма. Лингвофилософские основы нейминга.
2. Виды коммерческих названий.

3. Критерии отбора названия.
4. Основные тенденции нейминг-моделирования. Нейминг прямой и непрямой.
5. Функционирование нейма в рекламном тексте.
6. Нейм и рекламный слоган.
7. Нейм и товарный знак.
8. Национальная специфика современного нейминга.
9. Языковые особенности современных коммерческих названий.
10. Методики исследования эффективности коммерческих названий.
11. Восприятие коммерческого названия.
12. Переход коммерческого названия в прецедентный феномен.
13. Функционирование неймов в публицистических и художественных текстах.
14. Бриф и творческая платформа нэйма.
15. Этапы создания нейма
16. Процесс фильтрации названий как этап нейминга.
17. Бренд и нейминг.
18. Технологии разработки нейма.
19. Мозговой штурм как метод создания коммерческого названия.
20. Фольклорно-мифологические и литературные имена. Историко-культурные антропонимы в нейминге.

7.2.5 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Не предусмотрено учебным планом

7.2.6.Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Форма проведения зачёта – устная (беседа по изученным темам). На подготовку ответа студенту дается не более 40 минут. Сдача зачёта представляет собой устный ответ на вопрос, содержащийся в билете.

Для получения оценки «зачтено» необходимо продемонстрировать не только знание содержания лекций, но и знакомство со специальной литературой. В ходе ответа нужно приводить примеры. Примеры должны быть подобраны самостоятельно (а не взяты из лекции).

Оценка «незачтено» ставится, если студент не владеет теоретическим материалом и не демонстрирует удовлетворительного знакомства с литературой. Продолжительность ответа должна составлять примерно 20 минут.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№п/п	Контролируемыеразделы(темы)дисциплины	Кодконтролируемойкомпетенции	Наименованиеоценочногосредства
1	Понятие и сущность нейминга. Классификация номинации. Виды и функции коммерческой номинации.	ОПК-1, ОПК-3	Опрос, практическое задание.

2	Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации.	ОПК-1, ОПК-3	Опрос, практическое задание.
3	Технологии разработки нейма.	ОПК-1, ОПК-3	Опрос, практическое задание.
4	Нейминг в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах.	ОПК-1, ОПК-3	Опрос, практическое задание.
5	Бриф и творческая платформа нейма.	ОПК-1, ОПК-3	Опрос, практическое задание.
6	Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности. Судебные споры, связанные с товарными знаками.	ОПК-1, ОПК-3	Опрос, практическое задание.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тестовых заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка, согласно методике

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Разноуровневые задачи и индивидуальные задания,рекомендуемые для оценки знаний умений и владений студентов: а)репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;б)реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;в)творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка выполнения задачи экзаменатором и выставляется оценка, согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8УЧЕБНОМЕТОДИЧЕСКОЕИИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕДИСЦИПЛИНЫ)

8.1Переченьучебнойлитературы,необходимойдляосвоениядисциплины

1. Годин, А. М. Брэндинг: учебное пособие / А.М. Годин. - 4-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 184 с. - ISBN 978-5-394-02629-4. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899

2. Кузнецова, Е.В. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Е.В. Кузнецова. - Саратов: Вузовское образование, 2017. - 125 с. - ISBN 978-5-906172-26-6.URL: http://www.iprbookshop.ru/61081.html

3. де, Чернатони. Брендинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс]: учебник / МакДональдМалькольм; Лесли Чернатони де; пер. Б.Л. Ерёмин. - Брендинг. Как создать мощный бренд; 2020-10-10. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 559 с. - ISBN 5-238-00894-5.URL: http://www.iprbookshop.ru/71210.html

4. Скрипникова, Н.Н. Реклама. Консалтинг. PublicRelations [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Н. Скрипникова. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 53 с. - ISBN 978-5-89040-561-6.URL: http://www.iprbookshop.ru/59126.html

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Лицензионное программное обеспечение:
- MicrosoftOfficeWord 2013/2007
- Microsoft Office Excel 2013/2007
- Microsoft Office Power Point 2013/2007
- Acrobat Professional 11.0 MLP
- ABBYY FineReader 9.0

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
http://www.edu.ru/
Образовательный портал ВГТУ
Блог о контент маркетинге - https://texterra.ru
Журнал о маркетинге – www.4p.ru
Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе - www.sostav.ru
Информационные справочные системы
http://window.edu.ru

https://wiki.cchgeu.ru/

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик.Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное, компьютер (Операционная система Windows; Пакет настольных приложений MSOffice: MSWord, MSExcel, MSPowerPoint7;КонсультантПлюс(электронное периодическое издание справочная правовая система).

10.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекция – одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой устное, монологическое, систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с демонстрацией слайдов и фильмов. Лекция должна отвечать следующим требованиям: иметь четкую структуру и логику раскрытия последовательно изучаемых вопросов; иметь необходимую идейно-теоретическую направленность; иметь законченный характер освещения определенной темы (проблемы), тесную связь с предыдущим материалом; быть доказательной и аргументированной, содержать достаточное количество ярких и убедительных примеров, фактов, обоснований, доказательств; быть проблемной, раскрывать противоречия и указывать пути их решения; обладать внутренней убежденностью, силой логической аргументации, вызывать интерес познания, давать направления самостоятельной работы; быть на современном уровне науки и техники, наглядной, излагаться четким и ясным языком, содержать разъяснение всех вновь вводимых терминов, понятий; быть доступной для восприятия конкретной аудиторией.

Анализ качества лекции предполагает оценку содержания, методики чтения, организации лекции, руководства работой студентов на лекции, лекторских данных преподавателя, результативности лекции. Критерии оценки содержания лекции:соответствие темы учебно-тематическому плану и рабочей программе учебной дисциплины; соответствие содержания лекции теме; научность, соответствие современному уровню развития науки; точность используемой научной терминологии; информативность; раскрытие

основных понятий темы; сочетание теоретического материала с конкретными практическими примерами; реализация принципа органической связи теории с практикой, раскрытие практического значения излагаемых теоретических положений; реализация внутрипредметных и междисциплинарных связей; связь с профилем подготовки студентов, их будущей специальностью; соотношение содержания лекции с содержанием учебника (излагается материал, которого нет в учебнике; разъясняются особо сложные вопросы; дается задание самостоятельно проработать часть материала по учебнику и т.п.).

Практическое занятие - одна из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении студентами под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения навыков и опыта творческой деятельности, овладения современными методами практической работы с применением технических средств.

Практические занятия проводятся вслед за лекциями, дающими теоретические основы их выполнения. Допускается проведение практических занятий до прочтения лекций с целью облегчения изучения теоретического материала при наличии описаний практических работ, включающих необходимые теоретические сведения или ссылки на конкретные учебные издания, содержащие эти сведения.

В ходе практических занятий студенты ведут необходимые промежуточные записи и составляют итоговый письменный отчет. Отчеты о выполненной работе представляются в конце занятия преподавателю для проверки. **Цель** практического занятия: организация управляемой познавательной деятельности студентов в условиях, приближенных к реальной практической деятельности. **Задачи** практических занятий: закрепление, углубление и расширение знаний студентов при решении конкретных практических задач; развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности студентов; выработка способности логического осмысления самостоятельно полученных данных; овладение новыми методами и методиками конкретной учебной дисциплины; обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо

	сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму.
Самостоятельнаяработа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоения учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточнойаттестации.
Подготовка к промежуточнойаттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.