

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 вариативной части 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.
	Владеть технологиями разработки нейма; составлять бриф и формировать творческую платформу нейма.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	32	32
В том числе:		
Лекции	16	16
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Самостоятельная работа	40	40
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость академические часы	72	72
з.е.	2	2

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего	Семестры
---------------------	-------	----------

	часов	3
Аудиторные занятия (всего)	6	6
В том числе:		
Лекции	2	2
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Самостоятельная работа	62	62
Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость академические часы	72	72
з.е.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, Час
1	Раздел 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. Фонетика коммерческих названий.	4	2	6	12
3	Раздел 2. Технологии разработки нейма.	Технологии разработки нейма	2	2	6	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	2	6	10
5	Бриф и творческая платформа нэйма.	Бриф и творческая платформа нэйма.	2	4	8	14
6	Понятие эффективности	Понятие эффективности	2	4	8	14

	коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.	коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.				
Итого			16	16	40	72

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, Час
1	Раздел 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	-	10	12
2	Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации.	Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации. Фонетика коммерческих названий.	-	-	10	10
3	Раздел 2. 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	-	-	10	10
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	12	14
Итого			2	4	62	68

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

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».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
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 номинации и товарного знака;	Тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации			
	Уметь определять эффективность коммерческой номинации; применять методы оценки эффективности.	Решение стандартных практических задач	Выполнение работ в срок, предусмотренных в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренных в рабочих программах
	Владеть технологиями разработки нейма; составлять бриф и формировать творческую платформу нейма.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Выполнение работ в срок, предусмотренных в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренных 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»

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Зачтено	Не зачтено
ОПК-1	Знать различные аспекты нейма, основные способы и характеристики номинации, основные критерии оценки эффективной номинации.	Тест	Выполнение теста на 70-100%	Выполнение менее 70%
	Уметь анализировать номинации, грамотно и рационально использовать в медиатексте разработанные наименования;	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

	самостоятельно разрабатывать комплексный нейминг.					
	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	Задачи не решены		
ОПК-3	Знать виды и функции коммерческой номинации и товарного знака; структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации	Тест	Выполнение теста на 70-100%	Выполнение менее 70%		
	Уметь определять эффективность коммерческой номинации; применять методы оценки эффективности.	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены		
	Владеть технологиями разработки нейма; составлять бриф и формировать творческую платформу нейма.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены		
Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ОПК-1	Знать различные аспекты нейма, основные способы и характеристики	Тест	Выполнение теста на 90- 100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов

	номинации, основные критерии оценки эффективной номинации.					
	Уметь анализировать номинации, грамотно и рационально использовать в медиатексте разработанные наименования; самостоятельно разрабатывать комплексный нейминг.	Решение стандартных практически задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	Владеть технологиями нейминга; технологиями эффективного использования нейминга; навыками проведения экспертизы неймов.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
ОПК-3	Знать виды и функции коммерческой номинации и товарного знака; структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации	Тест	Выполнение теста на 90- 100%	Выполнение теста на 80- 90%	Выполнение теста на 70- 80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь определять эффективность коммерческой номинации; применять методы	Решение стандартных практически задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

	оценки эффективности.			ответ во всех задачах		
	Владеть технологиями разработки нейма; составлять бриф и формировать творческую платформу нейма.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

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 «ретронеиминг» 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. - Profi communica [Электронный ресурс]
HTTPS://VK.COM/CLUB193350075?Z=VIDEO-193350075_456239020%2F2CF742B1FC8F22E2C%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).

7.2.3 Примерный 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) Эльдorado. 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 не прямой.
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 нейма.
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

Примерная тематика рефератов:

1. Основные тенденции нейминг-моделирования.
2. Коммерческое послание рекламного имени.
3. Роль и место рекламного имени в структуре рекламного текста.
4. Имя собственное как особый вид рекламного имени.
5. Создание графического облика рекламного имени.
6. Принципы создания эффективных рекламных имен.
7. Фонетические приемы организации рекламного текста.
8. Лексико-семантические особенности неймов.
9. Эмоционально-оценочные характеристики рекламного имени.
10. Национально-культурные коннотации рекламного имени.
11. Копирайтинг

как процесс написания оригинальных текстов, продвигающих на рынке бизнес, человека, мнение или идею. 12. Правовые основы и этические нормы создания нейминг-моделирования. 13. Правовые основы и этические нормы копирайтинговой деятельности. 14. Характеристика продуктов рекламного копирайтинга. 15. Слоган как одна из составляющих рекламного текста. 16. Художественные приемы, используемые в слоганах. 17. Структура рекламного текста. 18. Фонетика, лексика, синтаксис рекламного текста. 19. Экспрессивность рекламного текста. 20. Аргументация в текстах рекламы. 21. ИмPLICITная информация в рекламном тексте. 22. Манипуляция в рекламном тексте. 2.3. Региональный акцент и социальный статус.

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится тестированием (тест из 10-15 вопросов) и решением стандартной задачи.

Критерии оценки тестовых заданий

1. При наличии 15 вопросов в тесте: 14-15 правильных ответов – оценка «отлично»; 12-13 правильных ответов – «хорошо»; 10-11 правильных ответов – «удовлетворительно»; 8-9 правильных ответов – оценка «неудовлетворительно»; 0-7 правильных ответов – оценка «неудовлетворительно».

3. При наличии 10 вопросов в тесте: 9-10 правильных ответов – «отлично»; 7-8 правильных ответов – «хорошо»; 5-6 правильных ответов – оценка «удовлетворительно»; 3-4 правильных ответа – оценка «неудовлетворительно»; 0-2 правильных ответа – оценка «неудовлетворительно».

Критерии оценки ситуационной задачи:

5 баллов – стандартная задача рассмотрена правильно и оформлена, в соответствии с заданием. Даны исчерпывающие ответы на все вопросы.

4 балла – стандартная задача рассмотрена правильно и оформлена, в соответствии с заданием, но содержит незначительные ошибки в оценке (не более 30%) и оформлении. Ответы на все вопросы неполные.

3 балла – стандартная задача рассмотрена правильно и оформлена, в соответствии с заданием, но содержит ошибки в оценке (не более 50%) и оформлении. Даны ответы не на все вопросы.

0 баллов – стандартная задача рассмотрена и оформлена не правильно. Содержит ошибки в оценке (более 50%). Даны неверные ответы на вопросы.

Баллы за решение стандартной задачи суммируются с баллами (результаты тестирования), и таким образом формируется общий балл и выставляется оценка.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Понятие и сущность нейминга. Классификация номинации. Виды и функции коммерческой номинации.	ОПК-1, ОПК-3	Тест.
2	Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации.	ОПК-1, ОПК-3	Защита реферата.
3	Технологии разработки нейма.	ОПК-1, ОПК-3	Защита реферата.
4	Нейминг в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах.	ОПК-1, ОПК-3	Тест.
5	Бриф и творческая платформа нейма.	ОПК-1, ОПК-3	Защита реферата,
6	Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности. Судебные споры, связанные с товарными знаками.	ОПК-1, ОПК-3	Тест. Защита реферата.

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 определения оценки при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки тестовых заданий

1. При наличии 15 вопросов в тесте: 14-15 правильных ответов – оценка «отлично»; 12-13 правильных ответов – «хорошо»; 10-11 правильных ответов – «удовлетворительно»; 8-9 правильных ответов – оценка «неудовлетворительно»; 0-7 правильных ответов – оценка

«неудовлетворительно».

2. При наличии 10 вопросов в тесте: 9-10 правильных ответов – «отлично»; 7-8 правильных ответов – «хорошо»; 5-6 правильных ответов – оценка «удовлетворительно»; 3-4 правильных ответа – оценка «неудовлетворительно»; 0-2 правильных ответа – оценка «неудовлетворительно».

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.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

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 / МакДональд Малькольм; 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. Public Relations [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:

- Microsoft Office Word 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>

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 MS Office: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint7; 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; пометать 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.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению 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 промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начинаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
1	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2019	
2	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2020	