

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИМТК

 И.В. Карапетянц

28 мая 2020 г.

Кафедра «Международный транспортный менеджмент и управление цепями поставок»

Авторы Павлова Елена Ивановна, к.э.н., профессор
Самусев Николай Семенович

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламное дело

Направление подготовки:	<u>38.03.02 – Менеджмент</u>
Профиль:	<u>Международная транспортная логистика. Российско-французская программа</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 7 28 мая 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p> <p style="text-align: right;"> Г.А. Моргунова</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 11 13 мая 2020 г. И.о. заведующего кафедрой</p> <p style="text-align: right;"> И.Т. Рустамова</p>
--	--

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 457859
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Рустамова Ирада
Галятовна
Дата: 13.05.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Рекламное дело» является формирование компетенций – знаний и навыков рекламных технологий, знание и применение законов в рекламной деятельности, планирование рекламных компаний.

Задачи дисциплины заключаются:

- формирование у студентов профессионального взгляда на дизайн и рекламную деятельность;
- познание основ использования рекламных технологий и приемов создания рекламной продукции в социально-культурной деятельности;
- развитие творческого мышления, совершенствование коммуникативных навыков.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Рекламное дело" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Деловые коммуникации:

Знания: - основные теоретические подходы, отражающие взаимосвязь хозяйственной практики с факторами культуры, национальными традициями, моделями мировоззрения.

Умения: - проводить культурологический анализ, позволяющий исторически и системно подходить к задачам рыночной трансформации и модернизации современного российского общества;- проводить культурологический анализ культурных различий экономических агентов и рынков в глобальной среде.

Навыки: технологией применения полученных знаний при развитии своих профессиональных компетенций.

2.1.2. Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение):

Знания: - характеристику участников торговых операций; особенности деятельности международных компаний.

Умения: - учитывать процессы глобализации и их влияние на международную деятельность, оценивать факторы, влияющие на процесс управления международными компаниями.

Навыки: - основами построения рациональных схем товародвижения между странами; дать оценку параметров, по которым можно оценивать качество торговой деятельности; навыками подготовки коллективного сообщения и презентации о деятельности компаний

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Менеджмент на транспорте

Знания: основные понятия изучаемой дисциплины, теоретические основы разработки организационно-управленческих решений в транспортной отрасли

Умения: основные понятия изучаемой дисциплины, теоретические основы разработки организационно-управленческих решений в транспортной отрасли

Навыки: основными методами обработки информации, необходимой для объективного анализа управленческой ситуации на исследуемом транспортном объекте, иметь навыки разработки организационно-управленческих решений по рассматриваемым в дисциплине ситуациям

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКР-1 Способность разрабатывать варианты управленческих решений для организаций транспортной отрасли и смежных отраслей;	ПКР-1.1 Умеет собирать и анализировать информацию, необходимую для подготовки вариантов управленческого решения. ПКР-1.2 Владеет навыками экономического обоснования вариантов управленческого решения. ПКР-1.3 Владеет навыками учета возможных социально-экономических последствий при разработке вариантов управленческих решений.
2	ПКС-66 Способен участвовать в разработке и проведении управленческих мероприятий по достижению запланированных результатов в сфере логистики;	ПКС-66.1 Предлагает и обосновывает решения по реализации мероприятий по повышению эффективности логистической деятельности.
3	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1 Определяет принципы и методы сбора, отбора и обобщения информации. УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения задач УК-1.3 Соотносит разнородные явления и систематизирует их в рамках избранных видов профессиональной деятельности. УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. УК-1.5 Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 5
Контактная работа	32	32,15
Аудиторные занятия (всего):	32	32
В том числе:		
лекции (Л)	16	16
практические (ПЗ) и семинарские (С)	16	16
Самостоятельная работа (всего)	76	76
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	108	108
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	3.0	3.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗаО	ЗаО

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Всего	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	Раздел 1 Реклама, как коммуникационный процесс	4		2		13	19		
2	5	Тема 1.1 Цель, предмет и задачи курса. Управленческая информация и процесс коммуникаций.	2					2		
3	5	Тема 1.2 Реклама, как коммуникационный процесс. Место и роль рекламы в бизнесе.	2					2		
4	5	Раздел 2 Средства рекламы.	3		2		6	11		
5	5	Тема 2.1 Понятие средства рекламы и виды средств рекламы: акустические, графические, визуальные, предметные. Механизмы воздействия различных средств рекламы на потенциальных потребителей. Специфика использования различных средств рекламы для различных видов товаров.	1					1		
6	5	Тема 2.2 Классификация средств рекламы. Прямая почтовая рассылка. Реклама в прессе. Печатная реклама. Радио-, теле-, видео-, кинореклама. Наружная реклама. Выставки, ярмарки. Рекламные сувениры, подарки.	2					2		

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Особенности, достоинства и недостатки. Выбор средств рекламы.							
7	5	Раздел 3 Каналы распространения рекламы.	2		2		6	10	ПК1, тестирование
8	5	Тема 3.1 Виды каналов распространения рекламы: прямая реклама (вручаемая лично и директ мейл), средства массовой информации (пресса, радио, телевидение).	1					1	
9	5	Тема 3.2 Наружная реклама (на улицах, на транспорте, на местах продажи, на рекламных мероприятиях), компьютерные сети. Выбор каналов распространения рекламы.	1					1	
10	5	Раздел 4 Создание рекламного обращения и его реализация.	2		2		25	29	
11	5	Тема 4.1 Создание печатного рекламного обращения. Рекламный слоган. Формирование рекламного текста. Требования к формированию обращения. Подбор адресов для рассылки рекламных обращений. Работа с адресами.	1					1	
12	5	Тема 4.2 Создание и трансляция радио- и телероликов. Особенности создания наружной рекламы. Щитовая реклама.	1					1	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Выбор выставки или ярмарки. Цели и задачи.							
13	5	Раздел 5 Планирование рекламной кампании.	2		4		6	12	
14	5	Тема 5.1 Цели рекламной кампании, их взаимосвязь с основными задачами предприятия и жизненным циклом товаров и услуг. Целевая аудитория. Направления и темы рекламы.	1					1	
15	5	Тема 5.2 Формирование бюджета рекламной кампании. Планирование создания и реализации рекламных обращений.	1					1	
16	5	Раздел 6 Организация рекламной кампании.	2		2		15	19	ПК2, тестирование
17	5	Тема 6.1 Распределение ответственности. Рекламные агенты и агентства. Выбор рекламного агентства. Поддержка рекламной кампании с помощью стимулирования сбыта.	1					1	
18	5	Тема 6.2 Ограничения рекламной деятельности. Нормативные документы РФ, регулирующие рекламную деятельность	1					1	
19	5	Раздел 7 Эффективность рекламы.	1		2		5	8	
20	5	Тема 7.1 Роль контроля и оценки	1					1	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		эффективности рекламных обращений и рекламной кампании в целом. Маркетинговые исследования рейтингов средств размещения рекламы. Методы оценки эффективности затрат на рекламу: эконометрические методы, динамические модели, экспериментальные методы.							
21	5	Тема 7.2 Оценка психологического восприятия рекламы. Общее условие эффективности рекламной деятельности. Критерии эффективности рекламы.	0					0	
22	5	Раздел 8 Дифференцированный зачет						0	ЗаО
23		Всего:	16		16		76	108	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 16 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Реклама, как коммуникационный процесс	Место и роль рекламы в бизнесе. Управленческая информация и процесс	2
2	5	РАЗДЕЛ 2 Средства рекламы.	Печатная реклама. Радио-, теле-, видео-, кинореклама. Наружная реклама. Выставки, ярмарки. Рекламные сувениры, подарки.	2
3	5	РАЗДЕЛ 3 Каналы распространения рекламы.	Прямая реклама (вручаемая лично и директ мейл), средства массовой информации (пресса, радио, телевидение).	2
4	5	РАЗДЕЛ 4 Создание рекламного обращения и его реализация.	Создание печатного рекламного обращения. Рекламный слоган.	2
5	5	РАЗДЕЛ 5 Планирование рекламной кампании.	Целевая аудитория. Направления и темы рекламы.	4
6	5	РАЗДЕЛ 6 Организация рекламной кампании.	Федеральный закон «О рекламе». Постановление Правительства Москвы №902-ПП.	2
7	5	РАЗДЕЛ 7 Эффективность рекламы.	Эконометрические методы, динамические модели, экспериментальные методы	2
ВСЕГО:				16/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины «Рекламное дело» осуществляется в форме лекций и практических занятий.

Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные) с использованием презентаций (16 часов).

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения, выполняются в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное пояснение материала) в объеме 16 часов.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточному контролю в интерактивном режиме.

Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющие собой логически завершенный объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов на бумажных носителях.

Проведении занятий по дисциплине (модулю) возможно с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, реализуемые с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

В процессе проведения занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий применяются современные образовательные технологии, такие как (при необходимости):

- использование современных средств коммуникации;
- электронная форма обмена материалами;
- дистанционная форма групповых и индивидуальных консультаций;
- использование компьютерных технологий и программных продуктов, необходимых для сбора и систематизации информации, проведения требуемых программой расчетов и т.д.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Реклама, как коммуникационный процесс	Изучить теоретический материал по рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям 1. В.А. Поляков, А.А. Романов, Разработка и технологии производства рекламного продукта, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр. 17-65 2. С.В. Карпов, Рекламное дело, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр.13-22	13
2	5	РАЗДЕЛ 2 Средства рекламы.	Изучить теоретический материал по рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям 1. В.А. Поляков, А.А. Романов, Разработка и технологии производства рекламного продукта, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр. 173-237 2. С.В. Карпов, Рекламное дело, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр.23-62	6
3	5	РАЗДЕЛ 3 Каналы распространения рекламы.	Изучить теоретический материал по рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям 1. В.А. Поляков, А.А. Романов, Разработка и технологии производства рекламного продукта, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр. 333-380 2. С.В. Карпов, Рекламное дело, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр.125-167	6
4	5	РАЗДЕЛ 4 Создание рекламного обращения и его реализация.	Изучить теоретический материал по рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям 1. В.А. Поляков, А.А. Романов, Разработка и технологии производства рекламного продукта, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр. 239-334 2. С.В. Карпов, Рекламное дело, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр.168-282	25
5	5	РАЗДЕЛ 5 Планирование рекламной кампании.	Изучить теоретический материал по рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям 1. В.А. Поляков, А.А. Романов, Разработка и технологии производства рекламного продукта, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр. 380-403 2. С.В. Карпов, Рекламное дело, М.:	6

			Издательство Юрайт, 2017, стр.285-327	
6	5	РАЗДЕЛ 6 Организация рекламной кампании.	Изучить теоретический материал по рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям 1.В.А. Поляков, А.А.Романов, Разработка и технологии производства рекламного продукта, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр. 403-449 2. С.В.Карпов, Рекламное дело, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр.331-350	15
7	5	РАЗДЕЛ 7 Эффективность рекламы.	Изучить теоретический материал по рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям 1.В.А. Поляков, А.А.Романов, Разработка и технологии производства рекламного продукта, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр. 450-490 2. С.В.Карпов, Рекламное дело, М.: Издательство Юрайт, 2017, стр.351-377	5
ВСЕГО:				76

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Разработка и технологии производства рекламного продукта	В.А. Поляков А.А. Романов	М.: Издательство Юрайт, 2017 library.miit.ru - ЭБС "Юрайт"	Все разделы
2	Рекламное дело	С.В. Карпов	М.: Издательство Юрайт, 2017 library.miit.ru - ЭБС "Юрайт"	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Основы рекламы	А.М. Новожилов	М.: МИИТ, 2017 НТБ РУТ (МИИТ)	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. <http://library.miit.ru/> - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ.
2. <http://rzd.ru/> - сайт ОАО «РЖД».
3. <http://elibrary.ru/> - научно-электронная библиотека.
4. Поисковые системы: Yandex, Google, Mail.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Электронная информационно-образовательная среда РУТ (МИИТ), доступная из личного кабинета обучающегося или преподавателя на сайте <http://miit.ru>

Лицензионная операционная система MS Windows (академическая лицензия).

Лицензионный пакет программ Microsoft Office (академическая лицензия).

При организации обучения по дисциплине (модулю) с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – библиотечному фонду Университета, сетевым ресурсам и информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В случае проведения занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий может понадобиться наличие следующего программного обеспечения (или их аналогов): ОС Windows, Microsoft Office, Интернет-браузер, Microsoft Teams и т.д.

В образовательном процессе, при проведении занятий с применением электронного

обучения и дистанционных образовательных технологий, могут применяться следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ), Microsoft Teams, электронная почта, скайп, Zoom, WhatsApp и т.п.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием;
2. учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа;
3. учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
4. учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
5. помещение для самостоятельной работы, оснащенное компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет» и доступом к электронно-информационной образовательной среде университета;

В случае проведения занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий необходимо наличие компьютерной техники, для организации коллективных и индивидуальных форм общения педагогических работников со студентами, посредством используемых средств коммуникации.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами

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

Требования к результатам освоения дисциплины определяются требованиями к результатам освоения основных образовательных программ подготовки бакалавров и являются компетентностно-ориентированными. Документом, определяющим содержание, объём и порядок изучения дисциплины «Рекламное дело» является рабочая программа дисциплины.

Основными видами занятий являются лекции и практические занятия.

Лекция – ведущая форма теоретического обучения бакалавров. Как правило, с лекции начинается новая тема, а затем уже по этой теме проходят практические занятия.

Назначение лекции – раскрыть сущность изучаемых объектов, процессов и явлений, помочь бакалавру сформировать эти понятия в своем мышлении.

По дисциплине «Рекламное дело» используются различные формы лекций, в том числе лекция-диалог, лекция с коллективным нахождением решения задачи, лекция с самостоятельным выполнением определенных заданий для закрепления знаний по данной теме лекции. Например, во время лекции-диалога обеспечивается непосредственное общение преподавателя с аудиторией, что позволяет привлекать внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы через взаимный обмен мнениями.

Цель практического занятия – это углубление теоретического материала. Для этого бакалавры должны выступать на занятии с устными изложениями учебного материала на определенную, заданную тему.

Содержание практического занятия определяется тематикой вопросов, вынесенных на семинар, их нацеленностью на углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, теоретическим и научным уровнем выступлений бакалавров, их способностью творчески мыслить, аргументировано отстаивать свою точку зрения. Приступая к подготовке к практическому занятию, необходимо ознакомиться с предлагаемой литературой, обратиться к другим источникам, составить подробный план рассмотрения вопросов, вынесенных на занятие.

Участие в практических занятиях может осуществляться в различных формах: сообщение, дополнение, участие в дискуссии. На практических занятиях проявляется самостоятельное отношение бакалавров к предмету изучения, а это требует и самостоятельной работы по

теме занятий с использованием учебников, учебных пособий, справочников и других, самостоятельно привлекаемых бакалаврами источников информации.

Практическое занятие может начинаться или заканчиваться контролем усвоения группой необходимого материала. Для контроля знаний используются различные формы, в том числе устный опрос, контрольная (письменная) работа, тестирование.

Самостоятельная работа бакалавров – это планируемая работа, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Цель самостоятельной работы – формирование у бакалавров осознанного, целенаправленного отношения к систематическому овладению знаниями и умениями, которые должны быть усвоены при изучении данной дисциплины.

Задачи самостоятельной работы – овладение способами и приемами самообразования, формирование умений работы с учебной, научной и специальной литературой, систематизация и закрепление полученных знаний и умений, формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию и самосовершенствованию.

Самостоятельная внеаудиторная работа предполагает проработку конспектов лекций и специальной литературы по профилю подготовки. Бакалавры должны внимательно изучить материалы, изложенные в ходе чтения лекций с целью их полного понимания и свободного владения материалом.

Для расширения знаний необходимо привлекать профессионально ориентированную литературу с целью поиска заданной информации, ее смысловой обработки и фиксации в виде аннотации. Это могут быть фрагменты научных монографий, статьи из периодических научных изданий (как печатных, так и Интернет-изданий). Такой вид работы контролируется преподавателям.

Заслушиваются ответы и сообщения бакалавров на практических занятиях.

При осуществлении данного вида самостоятельной работы бакалавру предлагается следующая последовательность:

ознакомиться с содержанием источника информации, используя поисковое, изучающее, просмотровое чтение;

составить глоссарий научных понятий по теме;

сделать аналитическую выборку новой научной информации в дополнение к уже известной;

составить план изложения материала;

подготовить выступление на практическом занятии.