ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»
(СПбГУТ)

Кафедра Социально-политических наук
(полное наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор – проректор по учебной работе
_____ Г.М. Машков
«19» 06 2018 г.

Регистрационный №_18.01/1186-Д

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии рекламы и связей с общественностью
(наименование дисциплины)

образовательная программа высшего образования

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки / специальности)

бакалавр
(квалификация)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
(направленность / профиль образовательной программы)

очная форма, заочная форма
(форма обучения)

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности) подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 № 997, и в соответствии с рабочим учебным планом, утвержденным ректором университета.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» является:

освоение бакалаврами знаний о возможностях и особенностях применения различных технологий в рекламе и PR.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

обучить бакалавров максимально эффективному применению современных средств и технологий в профессиональной сфере для наиболее эффективного распространения информации в социальной среде. Приобретенные бакалаврами знания и навыки необходимы для создания рекламных продуктов в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью» Б1.Б.17.03 является одной из дисциплин базовой части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Основы рекламы».

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенции, установленные ФГОС ВО

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции
1	ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
2	ОПК-5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Планируемые результаты обучения

Таблица 2

Код компе-тенции	знать	уметь	владеть
ОПК-4	виды, средства, формы и методы рекламных и PR-коммуникаций; основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности;	выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;	традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности;

ОПК-5	методы рекламных и PR-коммуникаций;	выполнять организационные работы при подготовке рекламных кампаний и коммуникационных программ;	принципами ведения переговоров;

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры	
			4	5
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ	180	108	72
Контактная работа с обучающимися		72.6	36.35	36.25
в том числе:				
Лекции		28	14	14
Практические занятия (ПЗ)		40	20	20
Лабораторные работы (ЛР)			-	-
Защита контрольной работы			-	-
Защита курсовой работы		2	-	2
Защита курсового проекта			-	-
Промежуточная аттестация		2.6	2.35	0.25
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)		73.75	38	35.75
в том числе:				
Курсовая работа		20	-	20
Курсовой проект			-	-
И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала.		45.75	38	7.75
Подготовка к промежуточной аттестации		41.65	33.65	8
Вид промежуточной аттестации			Экзамен	Зачет

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела	№ семестра		
			очная	очно-заочная	заочная
1	Раздел 1. Теория и практика PR в историческом развитии	Генезис институтов PR и рекламы. Позитивная, негативная, прагматическая трактовки целей и задач PR и рекламы. Субъект и объект PR-деятельности.	4		7
2	Раздел 2. Направления PR-деятельности. Различия PR и рекламы	Модели PR-деятельности. Основные направления, структура, принципы, средства PR-деятельности. Общее и особенное в работе рекламного и PR-специалиста. Виды и формы PR-деятельности	4		7

3	Раздел 3. Методы PR-деятельности	Общее представление о системе научно-практических методы и методологий в PR и рекламе. Теоретические, эмпирические, смешанные методики. Ситуационный анализ.	4		7
4	Раздел 4. Технологии PR и рекламы: определение понятия и области его применения.	Техника, методология, технология: история и содержание понятий. PR как наука, техника, практика. Классификация технологий: политические, информационные, социальные, рекламные и др.	4		7
5	Раздел 5. Мобилизационные технологии в связях с общественностью	Медиа и PR как инструменты мобилизации и демобилизации. Принципы и методика освещения конфликтогенных тем. Конструирование образа врага: внутригосударственный и международный аспект. Мобилизационная технология сетевого фандрайзинга. Система мониторинга мобилизационной активности.	5		7
6	Раздел 6. Политическая коммуникация и электоральные технологии	Технологии агитационно-пропагандистского типа. Политическая пропаганда, политическая реклама как инструменты политической коммуникации. Политическая реклама и политический рынок. Политическая реклама, побуждающая к неучастию на выборах. PR-технологии в политики. PR-компания. Черный и белый PR. PR-технологии в СМИ. Формы подачи PR-материала в СМИ.	5		7
7	Раздел 7. Социальные технологии	Управление коммуникациями в некоммерческих организациях. Программы социальной ответственности. Благотворительность и меценатство. Культурно-массовые мероприятия.	5		7
8	Раздел 8. PR и реклама как социальная инженерия	Пропаганда, манипуляция, информационные войны. Конструирование политической, культурной, экономической медиареальности. Механизмы управления общественным мнением.	5		7

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

Таблица 5

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин
1	Основы медиапланирования

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий.

Очная форма обучения

Таблица 6

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплин	Лекции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семинары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Теория и практика PR в историческом развитии	4	6				10

2	Раздел 2. Направления PR-деятельности. Различия PR и рекламы	2	4			18	24
3	Раздел 3. Методы PR-деятельности	4	6			10	20
4	Раздел 4. Технологии PR и рекламы: определение понятия и области его применения.	4	4			10	18
5	Раздел 5. Мобилизационные технологии в связях с общественностью	2	6			7.75	15.75
6	Раздел 6. Политическая коммуникация и электоральные технологии	4	4				8
7	Раздел 7. Социальные технологии	4	6				10
8	Раздел 8. PR и реклама как социальная инженерия	4	4				8
	Итого:	28	40	-	-	45.75	113.75

Заочная форма обучения

Таблица 7

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплин	Лекции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семинары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Теория и практика PR в историческом развитии	1	2			20	23
2	Раздел 2. Направления PR-деятельности. Различия PR и рекламы	1	1			37.75	39.75
3	Раздел 3. Методы PR-деятельности	1	1			20	22
4	Раздел 4. Технологии PR и рекламы: определение понятия и области его применения.	1	1			20	22
5	Раздел 5. Мобилизационные технологии в связях с общественностью	1	1			24.65	26.65
6	Раздел 6. Политическая коммуникация и электоральные технологии	1	2				3
7	Раздел 7. Социальные технологии	1	2				3
8	Раздел 8. PR и реклама как социальная инженерия	1	2				3
	Итого:	8	12	-	-	122.4	142.4

6. Лабораторный практикум

Рабочим учебным планом не предусмотрено

7. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

Таблица 8

№ п/п	Номер раздела (темы)	Наименование практических занятий (семинаров)	Всего часов
		Итого:	0

8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом предусмотрена курсовая работа.

Подготовка к написанию курсовой работы.

Курсовая работа направлена на закрепление теоретических знаний путем решения конкретной практической задачи по изучаемой дисциплине.

Подбор литературы осуществляется студентом самостоятельно, с учетом рекомендованного перечня. Изучение литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, а также рекомендуемых источников к планам семинарских и практических занятий.

План курсовой работы должен состоять из введения, 3 глав и 2-4 вопросов (пунктов) в основной части, заключения, списка литературы и приложений. Формулировки пунктов плана определяются целевой направленностью работы, исходя из её задач.

В процессе написания курсовой работы студент должен разобраться в теоретических вопросах избранной темы, самостоятельно проанализировать практический материал, разобрать и обосновать практические предложения.

В установленные кафедрой сроки законченная курсовая работа представляется на проверку преподавателю. Преподаватель, проверив работу, может возвратить ее для доработки вместе с письменными замечаниями. Студент должен устранить полученные замечания в установленный срок, после чего работа окончательно оценивается.

Таблица 9

№ п/п	Тема курсового проекта (работы)
1	Проблемы PR и рекламной деятельности на современном этапе

9. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 10

№ раздела дисцип-лины	Содержание СРС	Форма контроля	Всего часов
2	Проблемы PR и рекламной деятельности на современном этапе		18

3	Проблема социальной ответственности PR и рекламы		10
4	PR и реклама как искусство, наука, пропаганда		10
5	Другие виды самостоятельных работ		7.75
		Итого:	45.75

Заочная форма обучения

Таблица 11

№ раздела дисциплины	Содержание СРС	Форма контроля	Всего часов
1	Проблемы PR и рекламной деятельности на современном этапе		20
2	PR и реклама как система управления общественным мнением		37.75
3	PR и реклама как искусство, наука, пропаганда		20
4	Проблема социальной ответственности PR и рекламы		20
5	Современные технологии в связях с общественностью		24.65
		Итого:	122.4

10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для самостоятельной работы по дисциплине рекомендовано следующее учебно-методическое обеспечение:

- Положение о самостоятельной работе студентов в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича;
- рекомендованная основная и дополнительная литература;
- конспект занятий по дисциплине;
- слайды-презентации и другой методический материал, используемый на занятиях;
- методические рекомендации по подготовке письменных работ, требования к их содержанию и оформлению (реферат, эссе, контрольная работа) ;
- фонды оценочных средств;
- методические рекомендации по подготовке и защите курсовой работы (проекта).

11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств разрабатывается в соответствии с локальным актом университета "Положение о фонде оценочных средств" и является приложением к рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах

их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине определяются показатели и критерии оценки сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

12. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоений дисциплины

12.1. Основная литература:

1. Чумиков, Александр Николаевич. Связи с общественностью [Текст] : учебное пособие для студ. вузов / А. Н. Чумиков ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Факультет государственного управления. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Дело, 2001. - 298 с. - (Наука управления). - ISBN 5-7749-0166-1 : 104.50 р., 104.30 р.
2. Гринберг, Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама [Текст] : учеб. пособие / Т. Э. Гринберг ; рец.: В. С. Комаровский, Н. А. Костикова. - 2-е изд., испр. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 280 с. - Библиогр.: с. 277-278. - ISBN 978-5-7567-0639-0 (в пер.) : 325.00 р.
3. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие / А. Н. Чумиков ; рец.: Л. Н. Тимофеева, Т . В. Караджe. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. : ил. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0656-7 : 255.00 р., 267.70 р.
4. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 6-е изд. - М. : "Дело" АНХ, 2010. - 557, [2] с. : ил. - (Классический университетский учебник). - ISBN 978-5-7749-0569-0 (в пер.) : 1348.00 р.
5. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / Кузнецов П. А. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 127 с. - ISBN 978-5-238-01830-0 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

12.2. Дополнительная литература:

1. Ромат, Евгений Викторович. Реклама [Текст] : учебник / Е. В. Ромат ; рец.: В. Ф. Онищенко, П. Г. Перерва, Н. Н. Ушакова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Киев; Харьков : Студцентр, 2000. - 480 с. : ил. - ISBN 966-7530-12-4 : 104.50 р.
2. Ромат, Евгений Викторович. Реклама [Текст] / Предисл. авт.; Гл. ред. Е.

Строганова; Выпускающ. ред. Е. Маслова. - 6-е изд. - СПб. : Питер, 2003. - 560 с. : ил. - (Учебник для вузов). - Библиогр.:с.499-503. - ISBN 5-94723-213-8 : Б. ц.
3. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Текст] : методический материал / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков и К, 2012. - 259 с. : ил., фот. - ISBN 978-5-394-01184-9 : 167.57 р.
4. Интернет-технологии в связях с общественностью [Текст] : учеб. пособие / И. А. Быков [и др.] ; отв. ред.: И. А. Быков, О. Г. Филатова ; рец.: В. А. Ачкасова, В. Н. Гаркуша ; С.-Петерб. гос. ун-т. - СПб. : Роза мира, 2010. - 275 с. - Библиогр.: с. 259-266. - ISBN 5-85574-329-3 (в обл.) : 585.00 р.
5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Текст] : учебное пособие / Ф. И. Шарков ; рец.: И. Я. Рожков, М. П. Бочаров ; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. - М. : Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2012. - 324 с. - ISBN 978-5-394-00792-7 : 251.00 р.
6. Романов, А. А. Рекламные PR-технологии Масс-медиа [Электронный ресурс] : учебное пособие / Романов А. А. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 184 c. - ISBN 978-5-374-00394-9 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
7. Пономарев, Н. Ф. Политические коммуникации и манипуляции [Электронный ресурс] : учебное пособие / Пономарев Н. Ф. - Москва : Аспект Пресс, 2007. - 129 с. - ISBN 978-5-7567-0483-9 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

13. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- www.sut.ru
- lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut

14. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

14.1. Программное обеспечение дисциплины:

- Open Office
- Google Chrome

14.2. Информационно-справочные системы:

- ЭБС iBooks (https://ibooks.ru)
- ЭБС IPRbooks (http://www.iprbookshop.ru)
- ЭБС Лань (https://e.lanbook.com/)
- ЭБС СПбГУТ (http://lib.spbgut.ru)

15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

15.1. Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания, включая вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующего аудиторного занятия (лекции, практического занятия), что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

15.2. Подготовка к лекциям

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над

конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

15.3. Подготовка к практическим занятиям

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке пройденного материала (материала лекций, практических занятий), а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Необходимо понимать, что невозможно во время аудиторных занятий изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов, и при изучении дисциплины недостаточно конспектов занятий. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

15.4. Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не

сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информации может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;

- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

15.5. Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

16. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 12

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий	Наименование оборудования
1	Лекционная аудитория	Аудио-видео комплекс
2	Аудитории для проведения групповых и практических занятий	Аудио-видео комплекс
3	Лаборатория	Лабораторные стенды (установки) Контрольно-измерительные приборы
4	Компьютерный класс	Персональные компьютеры
5	Аудитория для курсового и дипломного проектирования	Персональные компьютеры
6	Аудитория для самостоятельной работы	Компьютерная техника
7	Читальный зал	Персональные компьютеры