

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

### Программа дисциплины

Мастер-класс: Теория и практика татарской рекламы БЗ.В.12

Направление подготовки: 031300.62 - Журналистика

Профиль подготовки: Средства массовой информации (национальная журналистика)

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Сабирова Л.Р.

**Рецензент(ы):**

Гарифуллин В.З.

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Гарифуллин В. З.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 94184814

Казань  
2014

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Сабирова Л.Р. Кафедра татарской журналистики Отделение массовых коммуникаций , LRSabirova@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Изучение одной из форм массовых коммуникаций, обеспечивающей продвижение товаров и услуг от производителя к потребителю; изучение функций, видов, средств рекламы, рекламного менеджмента в условиях формирования и развития рынка в Татарстане применительно к рекламе в средствах массовой информации; овладение знаниями специфики работы публичных релейшнз (ПР) в редакционном коллективе.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.12 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.62 Журналистика и относится к вариативной части. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Включена в раздел "Б3. В.12 Цикл профессиональных дисциплин" и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на четвертом курсе (8 семестр)

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-19 (общекультурные компетенции)	способность ориентироваться в современной системе источников информации в целом и по отдельным отраслям знаний и сферам общественной практики, знание и умение владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, умение использовать различные программные средства, базы данных, работать в Интернете и использовать его ресурсы, пользоваться поисковыми системами, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-19).
ПК-29 (профессиональные компетенции)	ание методов редактирования текстов СМИ, основанных на использовании новых технологий (ПК-29);
ПК-32 (профессиональные компетенции)	знание особенностей работы в условиях мультимедийной среды и конвергентной журналистики, методов и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, фото-, графика) (ПК-32)
ПК-33 (профессиональные компетенции)	ориентация в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ (ПК-33);
ПК-34 (профессиональные компетенции)	знание современной технической базы и новейших цифровых технологий, применяемых в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа (ПК-34);

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-41 (профессиональные компетенции)	оперативно готовить материал с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ, в различных жанрах, форматах для размещения на различных мультимедийных платформах - печатных, вещательных, онлайн-овых, мобильных (ПК-41);
ПК-42 (профессиональные компетенции)	редакторская деятельность: редактировать печатный текст, аудио-, видео- или интернет- материал, приводить его в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-42);

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

Знать: сущностные функции рекламы, процесс рекламной деятельности, виды рекламы, реклама в периодической печати, реклама на радио, реклама на телевидении, реклама в Интернете, организация работы рекламных структур в СМИ; понимать специфику деятельности структур по связям с общественностью в редакционном коллективе; иметь представление об историческом опыте татарской периодической печати в этой области, а также о проблемах современного рекламного дела.

2. должен уметь:

Уметь: подготовить текст на татарском языке рекламного сообщения, организовать и провести рекламную кампанию, исполнять обязанности рекламного менеджера в редакционном коллективе; подготовить тексты для пресс-бюро и пресс-службы;

3. должен владеть:

Владеть: навыками написания, редактирования и перевода рекламных текстов для средств массовой коммуникации с учетом особенностей печатной, аудио, телевизионной и Интернет рекламы.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен демонстрировать способность и готовность к созданию рекламного текста, а также знать сущностные функции рекламы, процесс рекламной деятельности, виды рекламы, реклама в периодической печати, реклама на радио, реклама на телевидении, реклама в Интернете, организация работы рекламных структур в СМИ; понимать специфику деятельности структур по связям с общественностью в редакционном коллективе; иметь представление об историческом опыте татарской периодической печати в этой области, а также о проблемах современного рекламного дела.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен демонстрировать способность и готовность к созданию рекламного текста, а также знать сущностные функции рекламы, процесс рекламной деятельности, виды рекламы, реклама в периодической печати, реклама на радио, реклама на телевидении, реклама в Интернете, организация работы рекламных структур в СМИ; понимать специфику деятельности структур по связям с общественностью в редакционном коллективе; иметь представление об историческом опыте татарской периодической печати в этой области, а также о проблемах современного рекламного дела.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен демонстрировать способность и готовность к созданию рекламного текста, а также знать существенные функции рекламы, процесс рекламной деятельности, виды рекламы, реклама в периодической печати, реклама на радио, реклама на телевидении, реклама в Интернете, организация работы рекламных структур в СМИ; понимать специфику деятельности структур по связям с общественностью в редакционном коллективе; иметь представление об историческом опыте татарской периодической печати в этой области, а также о проблемах современного рекламного дела.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен демонстрировать способность и готовность к созданию рекламного текста, а также знать существенные функции рекламы, процесс рекламной деятельности, виды рекламы, реклама в периодической печати, реклама на радио, реклама на телевидении, реклама в Интернете, организация работы рекламных структур в СМИ; понимать специфику деятельности структур по связям с общественностью в редакционном коллективе; иметь представление об историческом опыте татарской периодической печати в этой области, а также о проблемах современного рекламного дела.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Реклам төшенчәсен ачыклау.	8	1	2	0	0	устный опрос
2.	Тема 2. Татар рекламының тарихы	8	2-3	4	0	0	
3.	Тема 3. Рекламның психологик үзенчәлекләре	8	4	4	0	0	
4.	Тема 4. Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре	8	5-6	4	0	0	творческое задание
5.	Тема 5. Матбугат рекламы - жанрның бер төре	8	7-8	4	0	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
6.	Тема 6. Реклам - сөйләм эшчәнлегенә бер төрә	8	9-10	4	0	0	тестирование
7.	Тема 7. Реклам төрләре	8	11-12	4	0	0	
8.	Тема 8. Реклам текстын бизнестең кайбер мәсьәләләре	8	13-14	4	0	0	
9.	Тема 9. ММЧ рекламга куела торган таләпләр	8	15-16	2	0	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	зачет
	Итого			32	0	0	

## 4.2 Содержание дисциплины

### Тема 1. Реклам төшенчәсен ачыклау.

#### *лекционное занятие (2 часа(ов)):*

"Татар рекламы һәм матбугат" курсының максаты, бурычлары, өйрәнү тәртибе. Реклам төшенчәсен ачыклау. Реклам өлкәсендәге төшенчәләр: реклам үзе, реклам бирүче, реклам житештерүче, рекламны кулланучылар, эш, хезмәт, товар, идея, башлангычлар, слоган һ.б. Рекламның максаты, бурычлары, рольләре, типлары, формалары.

### Тема 2. Татар рекламының тарихы

#### *лекционное занятие (4 часа(ов)):*

Татар рекламының тарихы. "Бәянеһак", "Кызыл яу", "Йолдыз" газеталарында реклам текстлары, үзенчәлекләре. Реклам текстларның барлыкка килүе. Башка илләрдә реклам тарихы. Реламның үсү этаплары. Борыңгы чор үрнәкләре

### Тема 3. Рекламның психологик үзенчәлекләре

#### *лекционное занятие (4 часа(ов)):*

Рекламның психологик үзенчәлекләре. Психология фәне турында. Реклам текстларында психологик механизм күренеше, аның этаплары. Мәгълүматның адресатка тәэсир итүе. Социаль реклам. Балалар психологиясе һәм реклам

### Тема 4. Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре

#### *лекционное занятие (4 часа(ов)):*

Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре. Мөһим кагыйдәләр. Текстның төп сыйфатлары. Реклам текстның элементлары: баш исем, башлам, төп реклам текст, бәя, исем һәм адрес, купон, танылган слоган яки күзгә ташланып торган сорау һ.б. Реклам текстын язу стили. Рекламны кабул итү.

### Тема 5. Матбугат рекламы - жанрның бер төре

#### *лекционное занятие (4 часа(ов)):*

Журналистика жанрларының реклам текстына мөнәсәбәте. Жанр сыйфатының рекламга тәэсире.

### Тема 6. Реклам - сөйләм эшчәнлегенә бер төре

#### *лекционное занятие (4 часа(ов)):*

Реклам - сөйләм эшчәнлегенә бер төре. Сөйләм иясенә (реklam бирүче), адресатына, ниятенә, шартына карап реклам текстын язу, редакцияләүнең, тәржемә итүнең үзенчәлеге.

### Тема 7. Реклам төрләре

### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Реклам төрләрә: эчтәлек һәм формага карап реклам төрләрән барлау, үзенчәлекләрән ачыклау (басма реклам, газетадагы реклам, радио-реклам, тв-реклам, интернет-реклам, политик реклам, социаль реклам, һ.б.). "Public relations" (PR) төшенчәсе. Татарстанда PR кампанияләрнең эшчәнлеге. Имидж тудыру чарасы буларак мөһгүлүмат органы.

### **Тема 8. Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре. Текстта сүз, тавыш, күренеш, хәрәкәт бердәмлеге. Шрифт, сүрәт, фото, графика мөмкинлекләрәннән файдалану

### **Тема 9. ММЧ рекламга куела торган таләпләр**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

ММЧ рекламга куела торган таләпләр. Матбугатта яшерен реклам: унай һәм тискәре бәя. Реклам өлкәсендәге хокукий таләпләр. Реклам тарату үзенчәлекләре. Татарстанда һәм Россиядә рекламның куллану үзенчәлеге. ( РФ "Реклам турында"гы Законның яңа проекты).

## **4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

<b>N</b>	<b>Раздел Дисциплины</b>	<b>Семестр</b>	<b>Неделя семестра</b>	<b>Виды самостоятельной работы студентов</b>	<b>Трудоемкость (в часах)</b>	<b>Формы контроля самостоятельной работы</b>
1.	Тема 1. Реклам төшенчәсен ачыклау.	8	1	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
4.	Тема 4. Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре	8	5-6	подготовка к творческому экзамену	20	творческое задание
6.	Тема 6. Реклам - сөйләм эшчәнлегенең бер төре	8	9-10	подготовка к тестированию	10	тестирование
	Итого				40	

## **5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения**

Предусмотрено использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, таких как разбор конкретных ситуаций, встречи с представителями СМИ, посещение рекламных агентств и знакомство с их работой.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

### **Тема 1. Реклам төшенчәсен ачыклау.**

устный опрос , примерные вопросы:

Реклам өлкәсендәге төшенчәләр: реклам үзе, реклам бирүче, реклам житештерүче, рекламны кулланучылар, эш, хезмәт, товар, идея, башлангычлар, слоган һ.б.. Рекламның максаты, бурычлары, рольләре, типлары, формалары.

### **Тема 2. Татар рекламының тарихы**

### **Тема 3. Рекламның психологик үзенчәлекләре**

### **Тема 4. Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре**

творческое задание , примерные вопросы:

Реклам текстын оештыру үзенчәлекләре. Мөһим кагыйдәләр. Текстның төп сыйфатлары. Реклам текстның элементлары: баш исем, башлам, төп реклам тексты, бәя, исем һәм адрес, купон, танылган слоган яки күзгә ташланып торган сорау һ.б.. Реклам текстын язу стили. Рекламны кабул итү. (Берәр эйберне рекламлау)

#### **Тема 5. Матбугат рекламы - жанрның бер төре**

#### **Тема 6. Реклам - сөйләм эшчәнлегенең бер төре**

тестирование , примерные вопросы:

1. Реклама - это: А) вид профессиональной деятельности; Б) особый вид искусства; Г) информация. 2. Согласно Закона РФ ?О рекламе? объем рекламных материалов в одном номере периодического печатного издания не рекламного характера ограничен до: А) 50%; Б) 40%; В) 30%. 3. Потребительская реклама ? это: А) реклама для индивидуального покупателя; Б) реклама фирмы; В) реклама для деловых партнеров. 4. Закон РФ ?О рекламе? регламентирует рекламу только 4-х групп товаров. (отметьте, какие): А) табак и табачные изделия; Б) хлеб и хлебобулочные изделия; В) алкогольные напитки; Г) детские товары; Д) медикаменты; Е) оружие.

#### **Тема 7. Реклам төрләре**

#### **Тема 8. Реклам текстын бизәүнең кайбер мәсьәләләре**

#### **Тема 9. ММЧ рекламга куела торган таләпләр**

#### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету

1. Октябрь революциясенә кадәр татар матбугатында ("Тәрҗеман", "Бәянелхәк", "Вақыт", "Йолдыз", "Казхан мөхбире", "Кояш", "Нур" һ.б. газетларында, "Аң", "Дин вә мәгыйшәт", "Икътисад", "Сөембикә", "Шура", "Ялт-йолт" һ.б. журналларда) реклам мәсьәләләре.
2. Революцион үзгәреш чоры татар матбугатында ("Кызыл байрак", "Кызыл яу", "Эшче", "Башкортстан хәбәрләре" һ.б. хәбәрләрдә, "Азат хатын", "Безнең юл", "Кызыл шәрыкъ", "Совет мәктәбе" һ.б. журналларда) рекламның яңа шартларга ярашуы.
3. Совет хәкимияте чоры матбугатында (газет, журналларда) реклам текстының кайбер үзенчәлекләре.
4. Гомуми (чит илләр, Россия) рекламның тарихы. Үсү этаплары.
5. Рекламның функцияләре, бурычлары, рольләре, типлары.
6. Рекламның психологик үзенчәлекләре.
7. Бүгенге татарча һәр басмага (район, шәһәр, республика, корпоратив газетларга, журналларга, бюллетень, буклет, проспект, календарь һ.б.) реклам эшчәнлегенә ягыннан күзәтү: оештыру үзенчәлекләре, тел-стиль, иллюстрация, үзенчәлекләре, һәр басмага хас аерымлыклар; шундый ук күзәтүне
8. Радиода реклам (Татарстан радиостанцияләренең һәм аннан читтә эшләүче ("Азатлык", "Төркия авазы", "Шәрыкъ" һ.б.) радиостанцияләренең эшчәнлегенә күзәтү. Жирле радиоларда рекламны оештыру, текст әзерләү үзенчәлекләре.
9. Телевидениедә реклам. Язма, әйтмә, күрсәтмә сөйләм элементларын бердәйлекле (синтезлап) файдалану алымнары һәм тәҗрибәсе. Кино сәнгәтендә һәм Интернетта реклам.
10. Альбом, проспект, буклет тибындагы басмаларда реклам эшчәнлегенең үзенчәлеге. Тел-стиль чаралары белән иллюстрация бердәйлеге.
11. Реклам максатын күздә тотып язылган а) хәбәри, ә) аналитик, б) әдәби-публицистик жанрларның текстны оештыру, язу, бизәү үзенчәлекләре.
12. Реклам жанрының төрләре. Аларда журналистика жанрларының төп сыйфатларының чагылышы.
13. Реклам текстында төгәллеккә, конкретлыкка ирешү чаралары. Конкрет-номинатив атамаларны, терминнарны куллану үзенчәлеге. Кыскалыкка ирешү алымнары.
14. Рекламда җәлеп итү алымнары һәм чаралары. Хис белдерү мөмкинлекләре.



15. Текстта тел-стиль чаралары белән экстралингвистик, иллюстратив чараларның бердәйлегенә, гармониясенә ирешү юллары.
16. Күренекле тәржемәчеләрнең реклам текстын тәржемәләү тәҗрибәсе. Икетеллек һәм реклам.
17. Реклам текстының төзелеше. Аңа баш исеме кирәкме? Яңача технологияләр текстны бизәүдә ничек ярдәм итә?
18. Реклам тексты сюжетлы буламы? Рекламда күчерелмә мөгънәлелек.
19. Рекламны авыл кешесе буларак (шәһәр кешесе, яшь кеше, олы кеше, хатын-кыз, ир-ат, студент, укучы бала, эшче кеше, интеллигент, Татарстаннан читтә яшәүче буларак) укып-анализлап карыйк әле?
20. Реклам текстын редакцияләү үзенчәлекләре. Сүз, тавыш, хәрәкәт чаралары бердәйлегенә бозылу очраklarын төзәтү осталыгы.
21. Татар матбугаттында яшерен реклама: уңай һәм тискәре бәя. Намуссыз реклам, дәрәслеккә туры килмәгән реклам, әдәпсез реклам, ялган реклам, яшерен реклам, контрреклам төшенчәләре.
22. Политик һәм социаль реклам төрләре, аларның үзенчәлекләре.

### 7.1. Основная литература:

- Алашкин П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете. М.: Аль пина Бизнес Букс, 2009. 220 с. URL: [http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9502&search\\_query=реклама](http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9502&search_query=реклама)
- Иванова А. Бесплатная реклама: результат без бюджета. М.: Альпина Паблишер, 2011. 181 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9473>
- Основы рекламы: Учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. - М.: Альфа-М, 2012. - 240 с. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=246070>
- Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, пабликкрилейшнз, брендинг : учебное пособие. Учебное пособие. М.: Изд.-торговая корпорация "Дашков и К". 2012. 488 с. URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7805>

### 7.2. Дополнительная литература:

- Антипов К.В. Основы рекламы : учебник. М.: Дашков и К, 2012. 327 с // <http://znanium.com/bookread.php?book=415267>
- Григорьева Т.Е. Реклама бүген: уңай күренешме, тискәреме? / Т.Е. Григорьева // Татарская культура в контексте европейской цивилизации = Европа цивилизациясенә мөнәсәбәттә татар мәдәнияте: материалы международной научной конференции. [Казань, 3-4 ноября 2009 г.] / [науч. ред. проф. Гилязов И. А.]-24-25б..[Казань, 2010]- библи.
- Минбалеев А.В. Реклама как объект информационных правоотношений.? Челябинск : [Полиграф-Мастер], 2009 .? 227 с.
- Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник. М.: Дашков и К, 2012. 540 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=354029>
- Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд. М.: Аспект Пресс, 2012. 161 с. URL: [http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6040&ln=ru&search\\_query=реклама](http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6040&ln=ru&search_query=реклама)

### 7.3. Интернет-ресурсы:

- InfoReklama.Ru - <http://www.inforeklama.ru>
- Sostav.RU - <http://www.sostav.ru>
- Индустрия рекламы: клиент. креатив. сми : [интернет-версия журнала] [Электронный ресурс] - <http://www.ir-magazine.ru>

Наружная реклама в России [Электронный ресурс]. - <http://www.outdoor-ad.spb.rus.net>

Рекламный гид [Электронный ресурс]. - <http://www.a-guide.ru>

Социальная реклама: Информационно-аналитический портал - <http://www.socreklama.ru>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Мастер-класс: Теория и практика татарской рекламы" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Компьютерный класс, выход в интернет, проектор.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.62 "Журналистика" и профилю подготовки Средства массовой информации (национальная журналистика) .

Автор(ы):

Сабирова Л.Р. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Гарифуллин В.З. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.