

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



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Основы научных исследований в профессиональной сфере М2.Б.1

Направление подготовки: 031600.68 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Геобрендинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Морозова Г.В.

Рецензент(ы):

Остроумов А.И.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 8685814

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) заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Морозова Г.В. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций, Galina.Morozova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины " Основы научных исследований в профессиональной сфере " является формирование у студентов системных знаний о задачах, инструментах и технологиях исследования в сфере геобрендинга, условий создания регионального брендинга и его функционирования, разработки программ по геобрендингованию, их рекламного и PR-сопровождения и определения результативности.

Задачи курса:

- Освоение студентами знаниями и представлениями о роли аналитической деятельности в разработке и реализации эффективных программ по геобрендингованию, проведению рекламных и PR-кампаний по поддержке регионального брендинга.
- Овладение студентами понятийно-категориального аппарата, используемого при осуществлении аналитической деятельности для решения задач по созданию и продвижению регионального брендинга.
- Помощь студентам в осмыслении широкого спектра существующих теоретико-методологических подходов к исследованию управления региональным брендингом.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.Б.1 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.68 Реклама и связи с общественностью и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 1 курсе, 1 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.Б1. Профессиональный цикл.. Осваивается на 1 курсе (1 семестр).

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень
ОК-2 (общекультурные компетенции)	способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способностью свободно пользоваться русским и иностранным языками как средством делового общения
ПК-12 (профессиональные компетенции)	способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга
ПК-18 (профессиональные компетенции)	способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-19 (профессиональные компетенции)	способностью руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований
ПК-20 (профессиональные компетенции)	способностью разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно- аналитического характера
ПК-22 (профессиональные компетенции)	способностью ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований
ПК-25 (профессиональные компетенции)	способностью интегрировать знания, справляться со сложностями и формировать суждения на основе неполной и ограниченной информации
ПК-27 (профессиональные компетенции)	способностью к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте
ПК-28 (профессиональные компетенции)	способностью интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции
ПК-29 (профессиональные компетенции)	способностью применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации
ПК-30 (профессиональные компетенции)	способностью читать лекции и вести практические занятия в высшем учебном заведении на уровне современных научных требований

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в системе управления региональным брендингом, подготовки и принятия управленческих решений в сфере геобрендинга;
- основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления и критерии определения результативности исследовательской работы в сфере геобрендинга.

2. должен уметь:

- раскрыть основные стадии процесса подготовки и проведения аналитической работы;
- использовать полученные знания при изучении проблем создания и управления региональным брендингом.

3. должен владеть:

навыками творческого обобщения полученных знаний.

4. должен продемонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 1 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. Научные исследования в сфере геобрендинга	1		0	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Геобрендинг как объект анализа	1		0	4	0	эссе
3.	Тема 3. Предмет и методы анализа	1		0	2	0	устный опрос
4.	Тема 4. Регион как объект анализа	1		0	4	0	устный опрос
5.	Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа	1		0	4	0	домашнее задание
6.	Тема 6. Методы анализа региона: критерии классификации	1		0	4	0	коллоквиум
7.	Тема 7. Метод системного анализа	1		0	4	0	письменная работа
8.	Тема 8. Методика сравнительного анализа	1		0	4	0	тестирование
9.	Тема 9. Количественные и качественные методы	1		0	4	0	домашнее задание
10.	Тема 10. Методы моделирования и прогнозирования	1		0	4	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	1		0	0	0	экзамен
	Итого			0	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

**Тема 1. Научные исследования в сфере геобрендинга
практическое занятие (2 часа(ов)):**

Зарождение и основные этапы развития аналитической деятельности. Исторические формы исследований и их характеристика. Особенности современного этапа развития аналитики. Анализ в научной практике России. Понятие и сущность анализа как исследовательского инструмента. Объект, предмет и субъекты анализа. Процедура, основные этапы осуществления анализа и их содержание.

Тема 2. Геобрендинг как объект анализа

практическое занятие (4 часа(ов)):

Роль анализа ситуации в управлении общественными процессами, функционирования молодежной среды. Основные уровни анализа. Виды анализа и их характеристика. Горизонтальный и вертикальный анализ, диагностический и прогнозный, общий и фрагментарный.

Тема 3. Предмет и методы анализа

практическое занятие (2 часа(ов)):

Предмет анализа в социальном развитии молодого поколения. Субъекты анализа и их классификация. Роль университетов в обеспечении исследовательской деятельности. Место анализа в разработке государственных программ и проектов по социальному развитию молодежи. Роль исследования в подготовке и реализации молодежной политики. Методология анализа. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе.

Тема 4. Регион как объект анализа

практическое занятие (4 часа(ов)):

Социальное положение молодежи как объект анализа. Параметры и индикаторы социального развития различных категорий молодого поколения. Специфика молодежной среды как объекта исследования и ее основные характеристики. Сложность определения результативности молодежной политики государства. Ресурсное обеспечение молодежной политики и способы измерения затрат и результатов.

Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа

практическое занятие (4 часа(ов)):

Понятие процесса анализа и его содержание. Субъекты анализа и их классификация. Структура, фазы анализа и основные виды научной деятельности. Разработка программы и плана проведения анализа. Стадия организации проведения исследования. Обработка полученных данных и основные способы верификации результатов. Этап подготовки аналитического отчета: основные разделы и требования к составлению.

Тема 6. Методы анализа региона: критерии классификации

практическое занятие (4 часа(ов)):

Понятие метода и методологии анализа. Способы классификации методов исследования. Характеристика основных групп методов анализа. Общие, общенаучные и специальные методы. Количественные и качественные методы.

Тема 7. Метод системного анализа

практическое занятие (4 часа(ов)):

Сущность системного метода и его место в анализе. Основные категории системной аналитики. Критерии классификации систем. Понятие структуры и ее роль в системном анализе. Принципы системного анализа. Основные направления прикладного системного анализа молодежной среды.

Тема 8. Методика сравнительного анализа

практическое занятие (4 часа(ов)):

Сравнительный метод, его сущность и принципы. Исторический опыт использования сравнительной аналитики в практике государственного управления. Виды сравнительных исследований в анализе моделей молодежной политики в современном мире. Основные техники сравнительного анализа и их результативность в обеспечении управления социальным развитием молодежи.

Тема 9. Количественные и качественные методы

практическое занятие (4 часа(ов)):

Количественные методы и их характеристика. Способы измерения количественных характеристик явлений. Статистический анализ. Методы сбора данных: опросы, анкетирование. Теоретические истоки качественных методов. Особенности методологии качественного исследования. Методы качественного анализа: смысловая интерпретация данных. Типы качественных исследований. Различия стратегий в качественной и количественной методологии. Техника разработки качественно-количественных сводных характеристик (индексов).

Тема 10. Методы моделирования и прогнозирования

практическое занятие (4 часа(ов)):

Понятие модели и ее основные параметры. Моделирование и его сущность. Виды моделей. Процесс моделирования, характеристика основных этапов построения моделей. Прогноз, предвидение, предсказание, планирование. Виды прогнозов и критерии классификации. Поисковый и нормативный прогноз. Методы прогнозирования. Роль моделирования и прогнозирования в разработке государственной молодежной политики.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Научные исследования в сфере геобрендинга	1		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
2.	Тема 2. Геобрендинг как объект анализа	1		подготовка к эссе	4	эссе
3.	Тема 3. Предмет и методы анализа	1		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
4.	Тема 4. Регион как объект анализа	1		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
5.	Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа	1		подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
6.	Тема 6. Методы анализа региона: критерии классификации	1		подготовка к коллоквиуму	4	коллоквиум
7.	Тема 7. Метод системного анализа	1		подготовка к письменной работе	4	письменная работа
8.	Тема 8. Методика сравнительного анализа	1		подготовка к тестированию	4	тестирование
9.	Тема 9. Количественные и качественные методы	1		подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
10.	Тема 10. Методы моделирования и прогнозирования	1		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными формами работы студентов являются: лекционные, семинарские занятия, которые закрепляются в ходе научно-исследовательской практики магистров.

Виды контроля: текущий (тестирование, контрольные работы, устный опрос), итоговый (в форме экзамена).

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

Тема 1. Научные исследования в сфере геобрендинга

устный опрос , примерные вопросы:

1. Исторические формы исследований и их характеристика. 2. Особенности современного этапа развития аналитики. Анализ в научной практике России. 3. Понятие и сущность анализа как исследовательского инструмента.

Тема 2. Геобрендинг как объект анализа

эссе , примерные темы:

Эссе на тему: Роль аналитической деятельности в системе государственного управления и принятия решений.

Тема 3. Предмет и методы анализа

устный опрос , примерные вопросы:

1. Социальное развитие молодого поколения как предмет анализа. 2. Субъекты анализа и их классификация. 3. Методология анализа. 4. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе

Тема 4. Регион как объект анализа

устный опрос , примерные вопросы:

1. Регион как объект анализа. Параметры и индикаторы развития региона. 2. Специфика региона как объекта исследования и его основные характеристики.

Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа

домашнее задание , примерные вопросы:

Проанализируйте статью, посвященную проблеме развития российской молодежи, сформулируйте научную проблему, лежащую в основе представленной в статье информации. Составьте краткий план научного анализа данной проблемы (применяя все основные методы анализа).

Тема 6. Методы анализа региона: критерии классификации

коллоквиум , примерные вопросы:

Студентам предлагается рассмотреть с использованием различных методов анализа кейс ?Украина ? Евросоюз: позиция молодежи? и указать, какие методы ими были использованы и почему. Цель: дать представление о методологии научного анализа, показать на практике, как используются различные подходы и методы анализа положения молодежи в обществе.

Тема 7. Метод системного анализа

письменная работа , примерные вопросы:

Цель: Уяснение методики системной аналитики. Описать категориальный аппарат системного анализа. Раскрыть основные характеристики понятий, описывающих систему в статике и динамике. Дать характеристику состояний системы и ее вектора.

Тема 8. Методика сравнительного анализа

тестирование , примерные вопросы:

Студентам дается задание по проведению диахронного сравнительного анализа отечественной системы образования в советский период и постперестроечный: 1. Сбор статистической информации по численности образовательных учреждений на всех ступенях: начальной средней, средней профессиональной подготовки, высшей. 2. Сравнительный анализ численности и выпуска обучающихся. 3. Выявить основные тенденции в динамике образовательной системы и дать обоснование.

Тема 9. Количественные и качественные методы

домашнее задание , примерные вопросы:

Провести контент-анализ молодежной проблемы в современной России (по индивидуальному выбору студента). Выявить: основные характеристики проблемы, проблемные аудитории, актуальность проблемы, общественный резонанс. Сравнительный анализ освещения в СМИ события (акцент на динамике освещения события, сравнение публикаций в источниках разной политической направленности, анализ разных типов источников, например, СМИ и блоги).

Тема 10. Методы моделирования и прогнозирования

устный опрос , примерные вопросы:

Деловая игра ?Моделирование и прогнозирование проблем в региональном развитии страны?.
Цель: освоение методами моделирования и прогнозирования в разработке сценариев развития регионов.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Применение основных принципов прикладного системного анализа в исследовании молодежных процессов.
2. Использование методов исследования "мягких" и "жестких" систем молодежной когорты.
3. Место анализа в исследовании процессов в молодежной среде современной России.
- 3.. Перспективные методы анализа результативности государственной молодежной политики в России.
8. Основные предпосылки появления и становления анализа как области научных знаний.
9. Особенности национальных школ анализа.
10. Развитие анализа как сферы отечественной науки.
11. Принципы организации анализа конфликтной ситуации в молодежной среде.
12. Основные стадии анализа на примере аналитического исследования "Оценка студенчеством реформы высшей школы России".
13. Пределы эффективности анализа молодежных проблем.
14. Система и основные инструменты ее описания в ходе аналитического исследования социального положения молодежи.
15. Эффективность прикладного системного анализа в изучении явлений и процессов.
19. Основные составляющие методики сравнительного анализа.
20. Принципы организации сравнительного анализа.
21. Проблемы сравнения и способы уменьшения их влияния на результаты сравнительного исследования.
26. Практическое применение теории игр на примере анализа конкретной ситуации.
27. Основные направления моделирования ситуаций в рамках теории игр.
33. Когнитивное картирование как метод анализа мышления социальных субъектов.
34. Основные принципы построения когнитивной модели при анализе поведения молодежи.
35. Роль когнитивного подхода в системе методов анализа.
39. Роль моделирования в аналитических исследованиях молодежных процессов и явлений.
40. Моделирование в анализе: разнообразие подходов к принципам построения моделей.
41. Проблема соотношения проблемного и ситуационного ракурсов анализа.

43. Основные принципы и функции прогнозирования.
45. Практическое применения результатов прогнозирования при принятии управленческих решений в сфере молодежной политики.
46. Специфика методов прогнозирования.

Вопросы к экзамену

1. Что такое анализ, его объект и предмет?
2. Каковы уровни анализа, в чем их специфика и соотношение?
3. Охарактеризуйте смену познавательных систем в социальной науке: в чем причина, характер, функциональность?
4. Какие тенденции просматриваются в процессе формирования методологической базы социальной науки?
5. От чего зависит выбор аналитиком методологии научного анализа?
6. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе
7. Субъекты анализа и их классификация
8. Структура, фазы анализа и их содержание
9. Разработка программы и плана проведения анализа
10. Ситуация в рекламной кампании и ее анализ
11. Основные уровни анализа
12. Основные виды анализа
13. Принципы системного анализа
14. Основные направления прикладного системного анализа
15. Когнитивный подход в изучении сферы связей с общественностью
16. Когнитивные карты как инструмент анализа коммуникативного пространства.
17. Основные принципы когнитивного подхода
18. Теория рационального выбора и ее возможности как инструмента анализа
19. Основные постулаты теории рационального выбора
20. Моделирование как метод анализа
21. Типология моделей
22. Взаимоотношения моделей различных типов
23. Процесс моделирования и его основные этапы
24. Сравнительный метод в анализе молодежной политики
25. Сущность сравнительного метода
26. Основные принципы организации сравнительного анализа
27. Понятие, сущность и виды прогнозирования.
28. Технологии прогнозирования
29. Типология прогнозов
30. Роль моделирования и прогнозирования в разработке молодежной политики
31. Количественные методы и их характеристика.
32. Способы измерения количественных характеристик явлений. Статистический анализ.
33. Методы сбора данных: опросы, анкетирование.
34. Теоретические истоки качественных методов. Особенности методологии качественного исследования.
35. Методы качественного анализа: смысловая интерпретация данных.
36. Типы качественных исследований.
37. Различия стратегий в качественной и количественной методологии.
38. Техника разработки качественно-количественных сводных характеристик (индексов).
39. История зарождения когнитологии и ее роль в исследовательской практике.
40. Когнитивистское направление аналитической деятельности.

41. Методы когнитивистики, их сущность и характеристика.
42. Результативность когнитивного метода в исследовании молодежной политики
43. Исторический опыт использования сравнительной аналитики в молодежной политики
44. Виды сравнительных исследований в анализе молодежной среды
45. Основные техники сравнительного анализа и их результативность
46. Понятие процесса анализа и его содержание.
47. Разработка программы и плана проведения анализа.
48. Стадия организации проведения исследования. Фаза обработки полученных данных и основные способы верификации результатов.
49. Этап подготовки аналитического отчета: основные разделы и требования к составлению.

7.1. Основная литература:

Основы научных исследований: Учебное пособие для бакалавров / М.Ф. Шкляр. - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 244 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01800-8, 1500 экз. <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=340857>

Основы научных исследований / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум, 2009. - 272 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-340-8, 1000 экз. <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=175340>

Кузнецов, И. Н. Основы научных исследований [Электронный ресурс] : Учебное пособие для бакалавров / И. Н. Кузнецов. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2013. - 284 с. - ISBN 978-5-394-01947-0. <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=415064>

Попова О. В. Политический анализ и прогнозирование: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030200 - "Политология" / О. В. Попова. - Москва: Аспект Пресс, 2011. - 463, [1] с.

7.2. Дополнительная литература:

1. Гаджиев К. С. Политология: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и спец. "Политология" / К.С. Гаджиев. ?Москва: Логос, 2006. ?485, [1] с.: табл., схемы; 22.?(Новая Университетская Библиотека).?Библиогр.: с. 485-486. (22 экз.)
2. Горшков М. К. Прикладная социология: методология и методы: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. ?Москва: АЛЬФА-М: ИНФРА-М, 2009. ?414 с. (1 экз.)
3. Горшков М.К. Прикладная социология [Электронный ресурс]: методология и методы: интерактивное учебное пособие : для студентов высших учебных заведений / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги; Учреждение Рос. акад. наук, Ин-т социологии РАН. ?Электрон. текстовые дан. (1 файл : Кб).?Москва: Институт социологии РАН, 2011 (1 экз.)

7.3. Интернет-ресурсы:

The Gallup Organization World Wide Web Server Институт Гэллопа. - www.gallup.com/index.html

Администрация президента России. - www.kremlin.ru

ВЦИОМ. - www.wciom.ru

Информационно-аналитический ресурс. - Politonline.Ru

Общественно-политический интернет-канал 'ПОЛИТ.РУ'. - www.polit.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Основы научных исследований в профессиональной сфере" 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.

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.

Мультимедийный класс, включающий в себя компьютер в комплекте, подключенный к сети интернет, проектор, проекционный экран.

Компьютерный класс, включающий в себя необходимое количество компьютеров в комплекте, подключенных к сети интернет, в расчете на 1 студенческую группу, и обеспечивающий возможность проведения текущего контроля знаний учащихся посредством онлайн системы тестирования.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.68 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе Геобрендинг .

Автор(ы):

Морозова Г.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Остроумов А.И. _____

"__" _____ 201__ г.